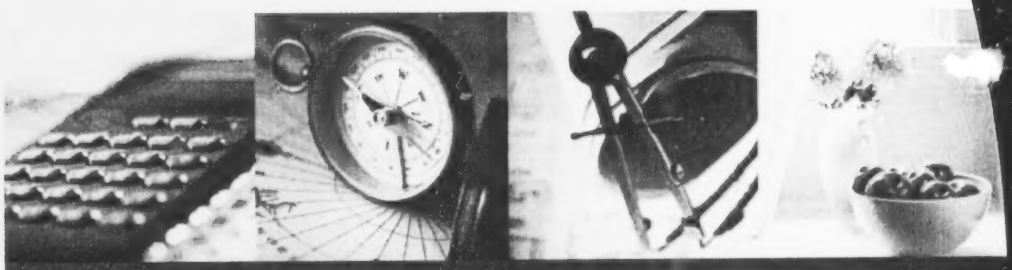
SCHL • CMHC
INTERNATIONAL



Évaluation préliminaire de l'enquête visant les segments d'acheteurs de maison japonais

SCHL CMHC

Canada

LA SCHL : AU COEUR DE L'HABITATION

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) est l'organisme fédéral responsable de l'habitation. Elle offre aux Canadiens un vaste choix de logements de qualité, à prix abordable.

Le Programme d'assurance prêt hypothécaire de la SCHL a aidé de nombreux Canadiens à réaliser leur rêve de posséder une maison. La SCHL offre une aide financière pour que les Canadiens les plus démunis puissent se procurer un logement convenable, à prix abordable. Par l'entremise de ses activités de recherche, la SCHL stimule l'innovation dans les domaines suivants : conception des habitations, technologie du bâtiment, urbanisme, options de logement et financement. La SCHL s'associe également avec le secteur de l'habitation et les autres membres d'Équipe Canada afin de vendre les produits et le savoir-faire canadiens sur les marchés étrangers et, ainsi, de créer des emplois ici-même, au pays.

La SCHL offre aux consommateurs et aux membres du secteur de l'habitation une vaste gamme de produits d'information susceptibles de les aider à prendre des décisions éclairées concernant leurs achats ou leurs affaires. Avec la plus vaste gamme d'information sur l'habitation et les logements au Canada, la SCHL est le plus important diffuseur d'information sur l'habitation au pays.

Par ses activités, la SCHL contribue à l'amélioration de la qualité de vie des Canadiens, dans toutes les collectivités du pays. Elle les aide à vivre dans des maisons sûres à tout point de vue. Elle est vraiment « au coeur de l'habitation ».

Les Canadiens peuvent se procurer l'information diffusée par la SCHL dans différents points de vente et dans ses bureaux régionaux.

Vous pouvez aussi communiquer avec nous par téléphone : 1 800 668-2642
(à l'extérieur du Canada : (613) 748-2003)
ou par télécopieur : 1 800 245-9274
(à l'extérieur du Canada : (613) 748-4069)
Pour nous joindre en direct, visitez notre page d'accueil à l'adresse suivante :
www.schl.ca.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement souscrit à la politique du gouvernement fédéral sur l'accès des personnes handicapées à l'information. Si vous désirez obtenir la présente publication sur des supports de substitution, composez le 1 800 668-2642.

Évaluation préliminaire de l'enquête visant les segments d'acheteurs de maison japonais

Préparé pour la SCHL par :

Dr David H. Cohen, professeur agrégé, UBC

Natalia Vidal, assistante à la recherche, UBC

Wellington Spetic, assistant à la recherche, UBC

Rafael Ide, étudiant diplômé, UBC

et

Dr Robert A. Kozak, professeur adjoint, UBC

The University of British Columbia
Faculty of Forestry, Department of Wood Science
2424 Main Mall
Vancouver (C.-B.) Canada V6T 1Z4

Cette recherche a été financée par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL). La qualité rédactionnelle de ce rapport, son contenu et les opinions qui y sont émises sont de l'auteur (des auteurs). La SCHL ne saurait en assumer la responsabilité et se dégage de toute obligation relativement aux conséquences résultant de l'utilisation que le lecteur pourrait faire des renseignements, des matériaux ou des techniques qui y sont décrits.

This publication is also available in English under the title Getting Started! Guide to Building Regulations in the United Kingdom.

©2003, Société canadienne d'hypothèques et de logement.
Tous droits réservés. La reproduction, le stockage dans un système de recherche documentaire ou la transmission d'un extrait quelconque de cet ouvrage, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, par photocopie, enregistrement ou autre moyen sont interdits sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement. Sans que ne soit limitée la généralité de ce qui précède, il est de plus interdit de traduire un extrait de cet ouvrage dans toute autre langue sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

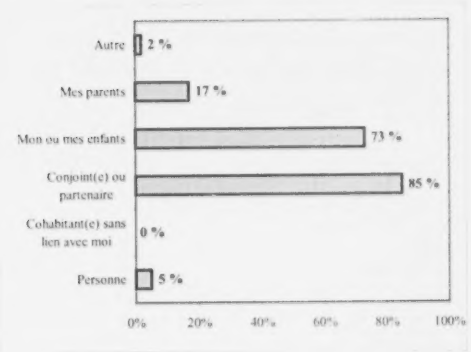
104-03500/

Résumé

Objectif : Ce rapport préliminaire contient de l'information de base sur les réponses au sondage détaillé et précède l'analyse et le rapport de segmentation finale du marché.

Méthode : Un sondage a été rempli par trois cent soixante-deux consommateurs japonais âgés de 30 à 59 ans et vivant dans les grands centres urbains des régions de Kanto, Kansai, Kyushu et Hokkaido.

SITUATION ACTUELLE DE LOGEMENT



Qui vit dans votre maison avec vous?

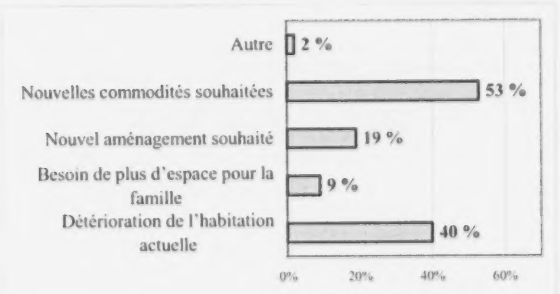
Type de logement actuel

	Hokkaido n = 30	Kanto n = 182	Kansai n = 90	Kyushu n = 60
App.	33 %	59 %	43 %	53 %
Maison indiv.	60 %	36 %	49 %	45 %
Maison en rangée	3 %	3 %	4 %	2 %
Autre [1]	3 %	1 %	3 %	0 %

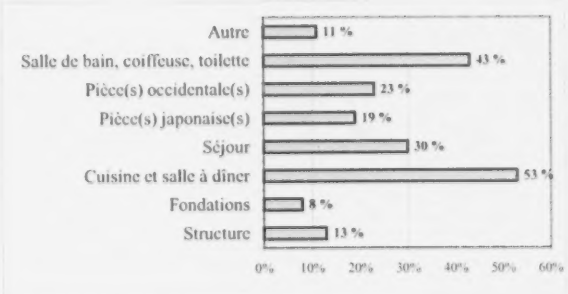
- ✓ La moitié des répondants sont déjà propriétaires de la maison où ils vivent.
- ✓ La moitié des répondants ont déclaré que leur maison est de construction traditionnelle, MAIS 40 % ne savent pas.

Rénovation résidentielle

- ✓ Quinze pour cent des répondants prévoient faire des rénovation au cours des cinq prochaines années (la plupart dans plus de trois ans), ce qui correspond à 30 % des répondants propriétaires de leur logement.



Raisons de rénover



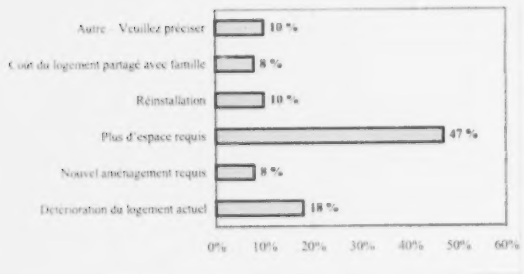
Éléments à rénover

PLANS D'AVENIR CONCERNANT LE LOGEMENT

✓ Vingt et un pour cent des répondants prévoient construire, reconstruire ou acheter une nouvelle maison au cours des cinq prochaines années, et la grande majorité d'entre eux comptent le faire dans plus de trois ans.

Comptez-vous acheter une nouvelle maison au cours des cinq prochaines années?

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 182	*KANSAI* n = 90	*KYUSHU* N = 60
Oui	43 %	21 %	16 %	17 %
Non	57 %	79 %	84 %	83 %



Raisons d'acheter

Type de nouvelle maison préférée

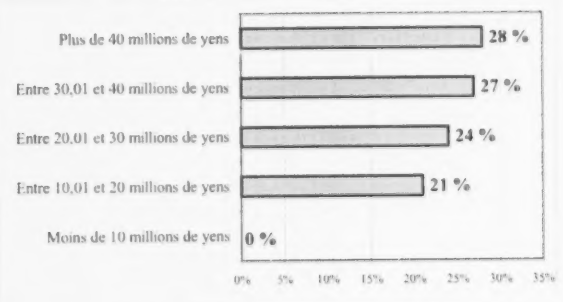
	Hokkaido n = 13	*Kanto* n = 38	*Kansai* n = 14	*Kyushu* n = 10
Appartement	8 %	24 %	36 %	50 %
Maison indiv.	92 %	74 %	64 %	50 %
Maison en rangée	0 %	0 %	0 %	0 %
Autre [1]	0 %	3 %	0 %	0 %

✓ Les répondants qui prévoient opter pour une nouvelle maison plus petite que leur maison actuelle sont aussi nombreux que ceux qui en souhaitent une plus grande.

✓ Quarante-trois pour cent des frais seront couverts par l'épargne personnelle.

✓ Parents participant à la décision de 47 % des répondants.

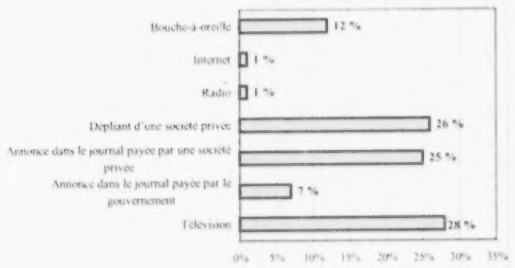
✓ La moitié des répondants possèdent un terrain ou s'installeront dans un appartement; les autres achèteront un terrain avec maison.



Fourchette de prix anticipée pour la nouvelle maison

DISPOSITIONS LÉGISLATIVES JAPONAISES

- ✓ La majorité des répondants (77 %) n'ont jamais entendu parler de la Loi sur l'assurance de la qualité du logement (LAQL).



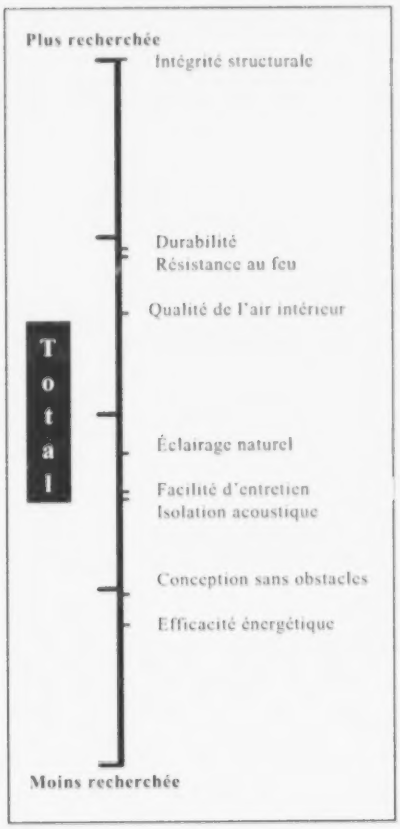
Comment avez-vous été renseigné sur la LAQL?

- ✓ Les sociétés privées sont plus efficaces en termes d'éducation du public.
- ✓ La télévision a été le moyen le plus efficace de communiquer à Hokkaido (50 %) et à Kanto (31 %).
- ✓ On a plus souvent mentionné le dépliant distribué par une société privée dans la région de Kansai (35 %).
- ✓ En général, les connaissances sont faibles concernant tous les aspects de la LAQL.
- ✓ La garantie de dix ans est l'élément le plus connu.

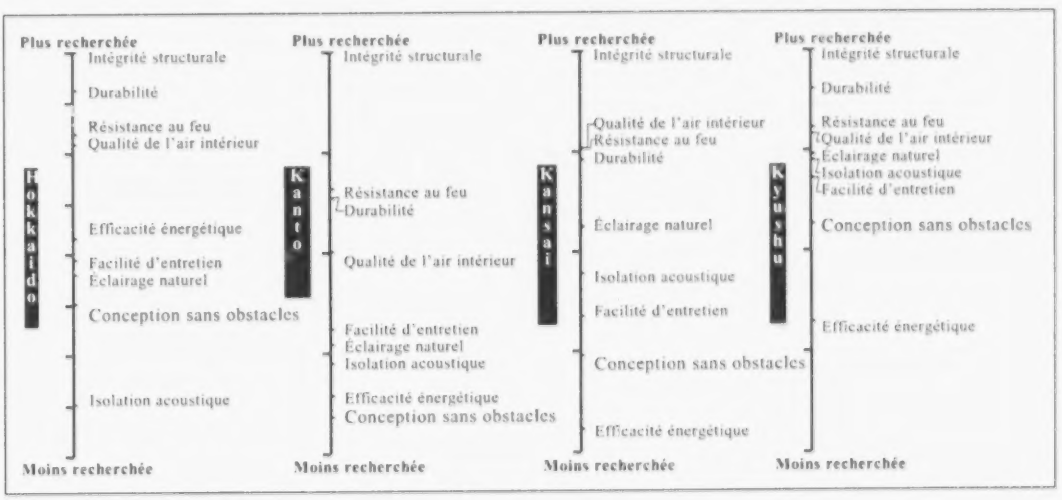
CARACTÉRISTIQUES MINIMUM SOUHAITÉES

- ✓ La majorité des répondants (70 %) ont indiqué qu'ils s'attendent à ce que leur maison dure au moins deux générations (>50 ans).
- ✓ Une minorité assez importante (17 %) exigeait une durée minimum de trois générations (proportion la plus élevée de répondants à Hokkaido, 23 %, et la moins élevée à Kyushu, 12 %).
- ✓ Soixante-douze pour cent des répondants voulaient que certaines installations domiciliaires (chambres, toilette et salle de bain) se trouvent sur le même étage, et 19 % de plus s'attendaient à disposer d'un ascenseur.
- ✓ Soixante et onze pour cent s'attendaient à ce qu'il y ait des mains courantes dans les chambres, escaliers, corridors, salles de bain et de toilette.
- ✓ Les deux tiers voulaient un accès facile aux fauteuils roulants.

INDICATEURS DE RENDEMENT DES MAISONS

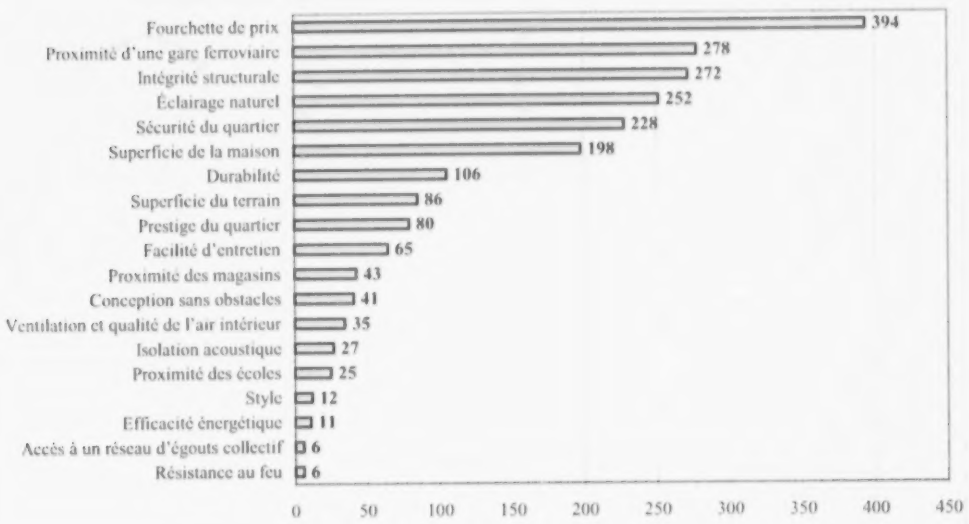


- ✓ Les résultats pour les répondants de toutes les régions ci-dessous sont donnés à gauche.
- ✓ Neuf indicateurs de rendement (tirés de la LAQL) ont été classés à l'aide de la méthode statistique selon laquelle les répondants choisissent le plus recherché de deux éléments.
- ✓ On obtient les caractéristiques les plus recherchées et l'écart relatif entre chacune.
- ✓ Les caractéristiques les plus recherchées sont l'intégrité structurale, la durabilité, la résistance au feu et la qualité de l'air intérieur.
- ✓ Les caractéristiques les moins recherchées sont l'efficacité énergétique et la conception sans obstacles.
- ✓ Toutes les caractéristiques ont été choisies par les répondants de **certains** segments (la taille du groupe détermine la place sur l'échelle).
- ✓ Les résultats régionaux sont donnés ci-dessous.
- ✓ Dans la région de Kansai, on recherche d'avantage que dans celle de Kanto une meilleure qualité de l'air intérieur.
- ✓ À Hokkaido, l'efficacité énergétique est nettement plus importante que dans toutes les autres régions.



IMPORTANCE DES CARACTÉRISTIQUES DES LOGEMENTS

- ✓ On a demandé aux répondants de donner les trois caractéristiques les plus importantes parmi les suivantes, lesquelles incluent les neuf indicateurs de rendement.
- ✓ Selon les résultats, l'endroit, la sécurité et le prestige sont plus importants que le rendement.
- ✓ Le tableau suivant donne les points attribués aux caractéristiques (3 pour la première en importance, deux pour la deuxième et 1 pour la troisième).



Caractéristiques les plus importantes au moment de l'achat ou de la construction d'une maison

FONDS AFFECTÉS À L'AMÉLIORATION DES MAISONS

- ✓ L'amélioration de la qualité de vie est plus importante que les aspects plus pratiques de rendement.

	TOTAL n = 302	*HOKKAIDO* n = 25	*KANTO* N = 148	*KANSAI* N = 74	*KYUSHU* n = 55
Améliorer ma qualité de vie	43 %	40 %	44 %	42 %	44 %
Réduire les risques de blessure ou de décès en situation d'urgence	28 %	30 %	28 %	29 %	27 %
Améliorer l'entretien	28 %	30 %	28 %	29 %	28 %

Dépenses consacrées à l'amélioration des maisons

Profils complets des répondants fournis dans le rapport.

Table des matières

1 INTRODUCTION 1

2 OBJECTIFS 3

3 CONTEXTE ET JUSTIFICATION 4

4 MÉTHODOLOGIE 5

5 LOGEMENT ACTUEL 7

5.1 Situation actuelle 7

5.2 Travaux de rénovation résidentielle prévus 11

6 PLANS D'AVENIR CONCERNANT L'ACHAT D'UNE MAISON 15

6.1 Intention de construire ou d'acheter une maison 15

6.2 Caractéristiques de la nouvelle maison 16

6.3 Paiement de la nouvelle maison 18

7 NOUVELLE LOI AU JAPON 21

8 INDICATEURS DE RENDEMENT DU LOGEMENT 24

8.1 Préférences concernant les indicateurs de rendement 24

8.2 Caractéristiques minimales requises en termes de rendement 25

8.3 Importance des caractéristiques au moment de la construction ou de l'achat d'une maison 27

8.4 Affectation de fonds à l'amélioration des maisons 33

8.5 Attitudes concernant les caractéristiques des maisons 34

9 PROFIL DES RÉPONDANTS 37

10 RÉSUMÉ 42

11 BIBLIOGRAPHIE 43

Liste des figures

FIGURE 1 : EMPLACEMENT DE LA RÉSIDENCE PRINCIPALE ACTUELLE 7

FIGURE 2 : SUPERFICIE APPROXIMATIVE DES MAISONS (1 TSUBO ≡ 3,26 M²) 8

FIGURE 3 : SUPERFICIE APPROXIMATIVE DES MAISONS – PAR RÉGION 8

FIGURE 4 : « QUI VIT DANS VOTRE MAISON AVEC VOUS? » 9

FIGURE 5 : MATÉRIAU DE CONSTRUCTION 11

FIGURE 6 : PRINCIPALE RAISON DES TRAVAUX DE RÉNOVATION RÉSIDENTIELLE 12

FIGURE 7 : ÉLÉMENTS À RÉNOVER 13

FIGURE 8 : NOMBRE DE RÉPONDANTS SELON LES FOURCHETTES DE FRAIS DE RÉNOVATION POUR L'AN PROCHAIN 14

FIGURE 9 : NOMBRE DE RÉPONDANTS SELON LES FOURCHETTES DE FRAIS DE RÉNOVATION POUR LES CINQ PROCHAINES ANNÉES 14

FIGURE 10 : RAISONS DE CONSTRUIRE, RECONSTRUIRE OU ACHETER UNE NOUVELLE MAISON 16

FIGURE 11 : MATÉRIAU STRUCTURAL PRÉFÉRÉ POUR LA NOUVELLE MAISON 17

FIGURE 12 : SUPERFICIE DE LA NOUVELLE MAISON 18

FIGURE 13 : FOURCHETTE DE PRIX ANTICIPÉE POUR LA NOUVELLE MAISON 19

FIGURE 14 : « COMMENT AVEZ-VOUS ÉTÉ RENSEIGNÉ SUR LA NOUVELLE LOI VISANT LA QUALITÉ DU LOGEMENT? » (N=121) 21

FIGURE 15 : CONNAISSANCE DE QUATRE ASPECTS DE LA LAQL 23

FIGURE 16 : ÉCHELLE DES CARACTÉRISTIQUES PLUS OU MOINS RECHERCHÉES 24

FIGURE 17 : ÉCHELLE DES CARACTÉRISTIQUES PLUS OU MOINS RECHERCHÉES – PAR RÉGION 25

FIGURE 18 : VARIABLES LES PLUS IMPORTANTES AU MOMENT DE L'ACHAT OU DE LA CONSTRUCTION D'UNE MAISON 28

FIGURE 19 : VARIABLES LES PLUS IMPORTANTES AU MOMENT DE L'ACHAT OU DE LA CONSTRUCTION D'UNE MAISON – HOKKAIDO 29

FIGURE 20 : VARIABLES LES PLUS IMPORTANTES AU MOMENT DE L'ACHAT OU DE LA CONSTRUCTION D'UNE MAISON – KANTO 30

FIGURE 21 : VARIABLES LES PLUS IMPORTANTES AU MOMENT DE L'ACHAT OU DE LA CONSTRUCTION D'UNE MAISON – KANSAI 31

FIGURE 22 : VARIABLES LES PLUS IMPORTANTES AU MOMENT DE L'ACHAT OU DE LA CONSTRUCTION D'UNE MAISON – KYUSHU 32

FIGURE 23 : MESURE DANS LAQUELLE LES RÉPONDANTS SONT D'ACCORD AVEC CHAQUE ÉNONCÉ 36

FIGURE 24 : ÂGE DES RÉPONDANTS 37

FIGURE 25 : SCOLARITÉ DES RÉPONDANTS 38

FIGURE 26 : SCOLARITÉ DU SOUTIEN ÉCONOMIQUE PRINCIPAL DU MÉNAGE (N=361) 39

FIGURE 27 : REVENU FAMILIAL TOTAL DE TOUTES SOURCES, AVANT IMPÔT, EN 2001 (N=361) 40

Liste des tableaux

TABLEAU 1 : RÉGIONS ET PRÉFECTURES DES RÉPONDANTS 5

TABLEAU 2 : COMPARAISON ENTRE L'ÉCHANTILLON CIBLÉ ET LA POPULATION TOTALE, PAR RÉGION URBAINE 5

TABLEAU 3 : « QUI VIT DANS VOTRE MAISON AVEC VOUS? » – PAR RÉGION 9

TABLEAU 4 : MODE D'OCCUPATION – PAR RÉGION 9

TABLEAU 5 : TYPE D'HABITATION – PAR RÉGION 10

TABLEAU 6 : PRINCIPAL MATÉRIAU DE CONSTRUCTION – PAR RÉGION 11

TABLEAU 7 : DÉLAI POUR L'EXÉCUTION DE TRAVAUX DE RÉNOVATION RÉSIDENTIELLE – PAR RÉGION 12

TABLEAU 8 : PRINCIPALE RAISON DES TRAVAUX DE RÉNOVATION RÉSIDENTIELLE – PAR RÉGION 13

TABLEAU 9 : « PRÉVOYEZ-VOUS CONSTRUIRE, RECONSTRUIRE OU ACHETER UNE MAISON AU COURS DES CINQ PROCHAINES ANNÉES? » - PAR RÉGION 15

TABLEAU 10 : TYPE PRÉFÉRÉ DE MAISON NEUVE – PAR RÉGION 16

TABLEAU 11 : MATÉRIAU STRUCTURAL PRÉFÉRÉ POUR LA NOUVELLE MAISON – PAR RÉGION 17

TABLEAU 12 : SUPERFICIE DE LA NOUVELLE MAISON – PAR RÉGION 18

TABLEAU 13 : FOURCHETTE DE PRIX ANTICIPÉE POUR LA NOUVELLE MAISON – PAR RÉGION 19

TABLEAU 14 : « QUI PARTICIPE À LA DÉCISION D'ACHETER UNE NOUVELLE MAISON? » – PAR RÉGION 20

TABLEAU 15 : CONNAISSANCE DE LA LOI SUR L'ASSURANCE DE LA QUALITÉ DU LOGEMENT – PAR RÉGION 21

TABLEAU 16 : « COMMENT AVEZ-VOUS ÉTÉ RENSEIGNÉ SUR LA NOUVELLE LOI VISANT LA QUALITÉ DU LOGEMENT? » – PAR RÉGION 22

TABLEAU 17 : EXIGENCES MINIMALES CONCERNANT LA DURABILITÉ DE LA NOUVELLE MAISON – PAR RÉGION 26

TABLEAU 18 : RÉPARTITION DES FONDS (UN MILLION DE YENS) CONSACRÉS À L'AMÉLIORATION DE LA MAISON (POURCENTAGE DES DÉPENSES TOTALES) 33

TABLEAU 19 : SOMMES CONSACRÉES À CHAQUE ÉLÉMENT DE LA CATÉGORIE VISANT L'AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ DE VIE (POURCENTAGE DES DÉPENSES TOTALES) 33

TABLEAU 20 : RÉPARTITION DES DÉPENSES VISANT LA RÉDUCTION DES RISQUES DE BLESSURE OU DE DÉCÈS EN SITUATION D'URGENCE 34

TABLEAU 21 : RÉPARTITION DES DÉPENSES VISANT LA FACILITÉ D'ENTRETIEN ET LA RÉDUCTION DES FRAIS D'ENTRETIEN (%) 34

TABLEAU 22 : ÂGE DES RÉPONDANTS – PAR RÉGION 37

TABLEAU 23 : SEXE DES RÉPONDANTS – PAR RÉGION 38

TABLEAU 24 : SCOLARITÉ DES RÉPONDANTS – PAR RÉGION 39

TABLEAU 25 : EMPLOI DU SOUTIEN ÉCONOMIQUE PRINCIPAL DU MÉNAGE – PAR RÉGION 40

TABLEAU 26 : REVENU FAMILIAL TOTAL DE TOUTES SOURCES, AVANT IMPÔT, EN 2001 – PAR RÉGION 41

1 INTRODUCTION

Le secteur de la construction résidentielle au Japon est très attrayant pour toute entreprise qui construit des maisons à base de bois. De par sa taille, le marché (de 1,1 à 1,3 million de maisons par année) se compare à celui des États-Unis, et environ 45 % de toutes les maisons qui y sont construites sont à base de bois. Cette tendance se maintient depuis dix ans (Centre du bâtiment du Japon 1998a).

Étant donné que le marché des matériaux et produits de construction est de plus en plus concurrentiel au Japon, les exportateurs doivent se doter d'un avantage concurrentiel évident pour demeurer rentable à long terme sur ce marché de plus en plus complexe. Le marché est actuellement en évolution en raison des réformes profondes du droit qui visent à améliorer la qualité générale du logement au Japon. Le marché subit actuellement des changements structuraux qui sont le reflet des incidences de grande portée de ces nouveaux efforts législatifs. (Cohen et Gaston 2001, Cohen et al. 2001).

Selon des études récentes, le marché du logement qui était autrefois homogène au Japon se fragmente en segments distincts. Il est maintenant peut-être possible de faire son entrée sur le marché avec une combinaison adaptée de prix, d'emplacement, de produit ou service et d'efforts promotionnels (marchéage) axée spécialement sur les besoins d'un ou de plusieurs groupes particuliers de consommateurs. Dickson et Ginter (1987) appellent cette stratégie la différentiation des produits fondée sur le segment. Bien qu'il s'agisse d'une démarche courante pour les biens à la consommation dans les pays développés, ce n'est pas le cas en ce qui concerne les matériaux et produits de construction au Japon.

L'étude de grande portée qui englobe la présente évaluation porte sur le marché japonais des acheteurs de maison et se concentre sur la segmentation. Elle segmente le public d'acheteurs de maison japonais en groupes distincts et décrit chaque groupe afin de faciliter l'adaptation des produits et, ainsi, de maximiser les avantages pour les consommateurs et les profits des fournisseurs.

Les résultats sont présentés dans deux rapports distincts. Le présent document est le premier rapport préliminaire. Il résume l'information de base recueillie auprès de plus de 300 consommateurs japonais parmi les plus susceptibles d'acheter une maison d'après leurs caractéristiques démographiques. Le rapport suivant s'appuiera sur cette information pour la segmentation du marché et devrait être prêt pour le 31 mars 2003. Le présent rapport est riche en information, mais l'essentiel de l'analyse détaillée et des conclusions se trouvera dans le rapport final sur la segmentation.

Les résultats sont donnés en fonction de la situation de logement actuelle (section 5), des plans d'achat pour l'avenir (section 6), du degré de connaissance des consommateurs concernant la nouvelle loi sur

le logement (section 7), des préférences concernant les critères de rendement du logement (section 8) et du profil des répondants (section 9).

2 OBJECTIFS

L'objectif premier de l'étude est de préciser les segments du marché sous lesquels se rangent les acheteurs de maison japonais selon leurs préférences (décisions d'achat) quant aux différentes caractéristiques de rendement d'une maison. Ces caractéristiques englobent les neuf indicateurs précisés dans la Loi sur l'assurance de la qualité du logement (LAQL) adoptée en 2000.

La cible de l'étude de marché était les consommateurs japonais urbains susceptibles d'acheter une maison au cours des cinq prochaines années. La segmentation a été réalisée au moyen d'un vaste éventail d'échelles de marketing éprouvées qui servent à mesurer et à quantifier les attitudes et les perceptions relatives aux caractéristiques de rendement des maisons.

Cette recherche a aussi servi à relever, grâce à une recherche documentaire, les grandes forces qui donnent forme au marché de l'habitation japonais (facteurs économiques, démographiques, politiques et juridiques entre autres) et leurs incidences sur la construction de maisons à base de bois. Cette information a servi à concevoir le sondage et à choisir la population cible en vue de l'échantillon. Les objectifs détaillés de l'étude sont les suivants :

1. Regrouper les acheteurs de maison japonais en fonction de leurs préférences relatives aux caractéristiques de rendement particulières d'une maison. Ces critères de rendement ont été établis par la Loi sur l'assurance de la qualité du logement (LAQL) adoptée en avril 2000. L'utilisation de ces critères normalisés, lesquels sont disponibles et s'appliquent au grand public, a pour effet d'étendre l'utilité des résultats de l'étude.
2. Établir le profil des groupes d'acheteurs de maison japonais identifiés en fonction de facteurs comme l'information démographique et psychographique, et l'emplacement géographique. Ces profils fournissent de l'information utile permettant d'évaluer la mesure dans laquelle il serait rentable de joindre ces groupes au moyen d'un marchéage adapté.
3. Donner un aperçu des débouchés pour les exportateurs canadiens de matériaux ou produits dérivés du bois, ou de services connexes, à l'intérieur des segments du marché de l'habitation japonais que l'étude fait ressortir. Ces recommandations se fonderont sur la comparaison des points forts des matériaux de construction dérivés du bois offerts par le Canada, par rapport aux débouchés que crée l'existence de segments particuliers de marché parmi les acheteurs de maison japonais.

L'objectif du présent rapport préliminaire est de fournir de l'information de base sur les réponses au sondage détaillé, avant l'analyse finale, et de faire rapport sur les trois objectifs ci-dessus.

3 CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Les modifications apportées aux ordonnances japonaises visant la construction sont entrées en vigueur en juin 2000 et représentent un virage vers une réglementation axée sur le rendement. Une nouvelle loi imposant des garanties obligatoires (garantie de dix ans contre les vices et garantie d'achèvement de la construction) a aussi été adoptée. Cette même loi établit un régime facultatif selon lequel on peut soumettre les maisons neuves à un ensemble de normes relevant de neuf facteurs critiques (Japan Lumber Journal 1999a) :

- Comportement structural
- Durabilité
- Efficacité énergétique
- Isolation acoustique
- Accès pour les aînés et les personnes handicapées
- Sécurité-incendie
- Facilité d'entretien
- Éclairage naturel
- Qualité de l'air intérieur

Il ressort clairement des études récentes menées auprès d'acheteurs de maison japonais que des segments importants privilégient des caractéristiques de rendement des maisons différentes (Cohen et al. 2001). Étant donné le vaste éventail de différences climatiques, la segmentation comporte très vraisemblablement un élément de nature géographique. Par exemple, les acheteurs de maison à Hokkaido (région froide du nord du Japon) se préoccupent plus vraisemblablement de l'efficacité énergétique que ceux des régions centrales du Japon. Comme dans tous les marchés, les caractéristiques démographiques se traduiront aussi par des différences entre les segments de marché. Les acheteurs de maison qui prévoient vivre avec leurs parents, par exemple, peuvent trouver importantes l'accessibilité pour les fauteuils roulants et la présence de mains courantes.

Relever et comprendre les segments du marché de l'habitation japonais pourrait permettre aux exportateurs canadiens d'adapter leurs produits et services à des segments particuliers. Cette stratégie ciblée leur permettrait de mieux répondre aux besoins de leurs clients et de se donner un avantage sur le marché. Il est exagérément coûteux d'offrir une maison (et des composantes) répondant au niveau maximum de chaque indicateur de rendement.

4 MÉTHODOLOGIE

La population était entièrement constituée d'éventuels acheteurs de maison du Japon qui avaient entre 30 et 59 ans et qui vivaient dans un grand centre urbain. Ce groupe d'âge a été choisi parce qu'il s'agit de celui qui englobe la plus forte proportion d'accédants à la propriété (Fuji Research Institute, 1997). L'étude s'est concentrée sur les grands centres urbains qui s'approprient plus de 50 % des mises en chantier annuelles (Lampert et Ikehata, 2000) et où résident plus de 60 % des Japonais (Association statistique du Japon, 1999). Le tableau 1 montre les régions choisies.

Tableau 1 : Régions et préfectures des répondants

Région	Préfectures
Kanto	Tokyo, Saitama, Kanagawa, Chiba, Gumma, Tochigi, Ibaraki
Kansai	Nara, Shiga, Kyoto, Osaka, Hyogo, Wakayama
Kyushu	Fukuoka, Saga, Nagasaki, Oita, Miyazaki, Kumamoto, Kagoshima
Hokkaido	Hokkaido

Source : Données de recensement du Japon, Bureau des statistiques, Association statistique du Japon (1999)

On s'est assuré d'un échantillon représentatif sur le plan géographique grâce à un échantillonnage aléatoire stratifié. La ventilation proportionnelle des répondants et la population réelle (selon les données du tableau 1) se trouvent au tableau 2.

Tableau 2 : Comparaison entre l'échantillon ciblé et la population totale, par région urbaine

Région	Taille de l'échantillon par région et proportion de l'échantillon total	Proportion réelle de la population âgée de 30 è 59 ans
Kanto	180 (50 %)	50,9 %
Kansai	90 (25 %)	25,8 %
Kyushu	60 (17 %)	16,0 %
Hokkaido	30 (8 %)	7,2 %
Total	**360**	**100,0 %**

Source : Données de recensement du Japon, Bureau des statistiques, Association statistique du Japon (1999)

Le questionnaire de sondage a été préparé en anglais, puis traduit en japonais. Le questionnaire d'entrevue a été conçu en fonction des différences sur le plan du comportement du consommateur, des processus de prise de décisions, des caractéristiques psychographiques, des modes de vie et des caractéristiques démographiques (Malhotra, 1999). On a retenu les services d'une firme de recherche

en marketing (Space Miss) pour aider à cette fin. Cette firme compte sur des entrevues personnelles menées dans des installations ou des endroits centraux pour recueillir l'information sur les consommateurs. Un glossaire de termes définissant les neufs indicateurs de rendement de la LAQL accompagnait le questionnaire. Il a servi de guide au personnel de Space Miss, en plus d'être commode pour les répondants. Des données ont été recueillies auprès de 361 consommateurs entre le 29 juin et le 22 juillet 2001.

5 LOGEMENT ACTUEL

5.1 SITUATION ACTUELLE

Emplacement La figure 1 montre l'emplacement de la résidence principale actuelle des 362 répondants. Cinquante pour cent des répondants résident en permanence dans la région de Kanto, et 25 % ont leur résidence principale dans la région de Kansai.

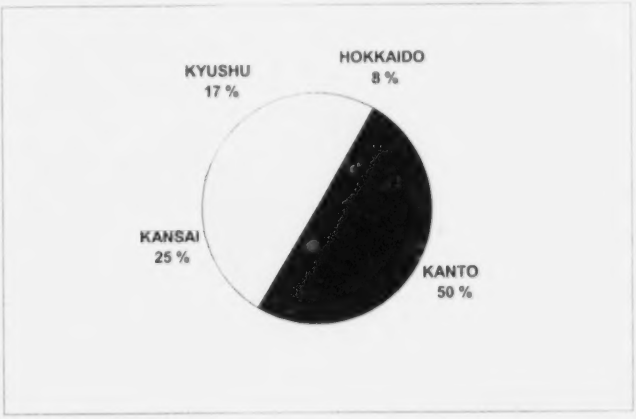


Figure 1 : Emplacement de la résidence principale actuelle

Superficie On a demandé aux répondants d'indiquer la superficie de leur maison actuelle (figure 2). La majorité (57 %) vivent dans un logement dont la superficie se situe entre 46 m^2 et 95 m^2 (entre 14 et 29 tsubo). À l'examen de chaque région (figure 3), on constate que la seule à ne pas suivre cette tendance est Hokkaido, où les superficies les plus courantes se situent entre 46 m^2 et 70 m^2, et entre 96 m2 et 120 m^2 (30 % des réponses pour ces deux catégories dans cette région).

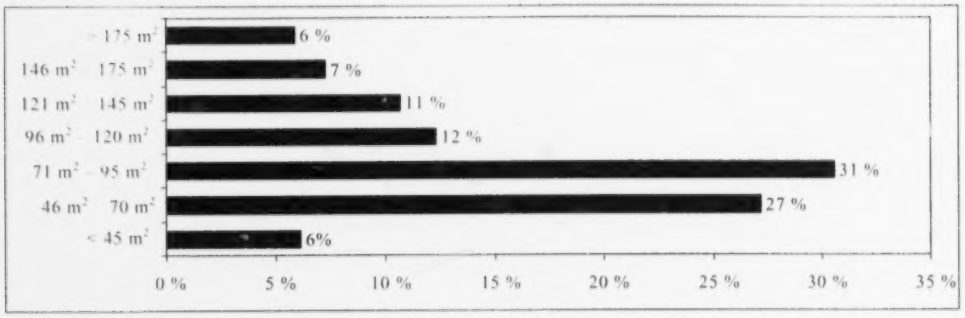


Figure 2 : Superficie approximative des maisons (1 tsubo ≅ 3,26 m²)

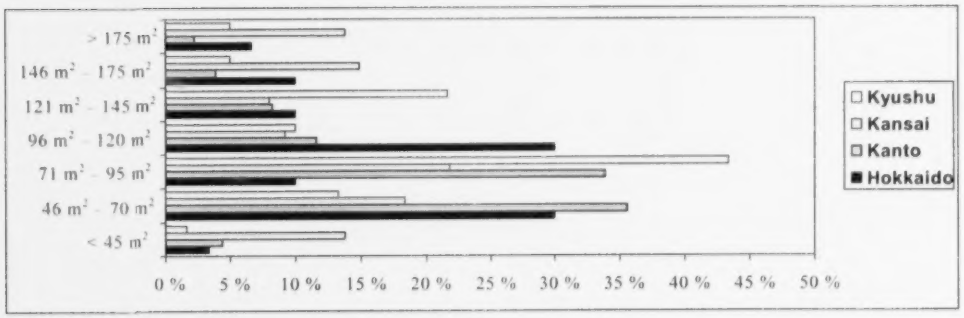


Figure 3 : Superficie approximative des maisons – par région

Résidents La plupart des répondants (87 %) vivent avec leur conjoint, conjointe ou partenaire, et 73 % vivent avec leurs enfants. La moyenne était de deux enfants par ménage. La figure 4 montre les réponses de tous les répondants et le tableau 3 précise les réponses pour chaque région. On remarque avec intérêt que dans toutes les régions, sauf celle de Kanto, plus de 10 % des répondants vivent déjà avec leurs parents.

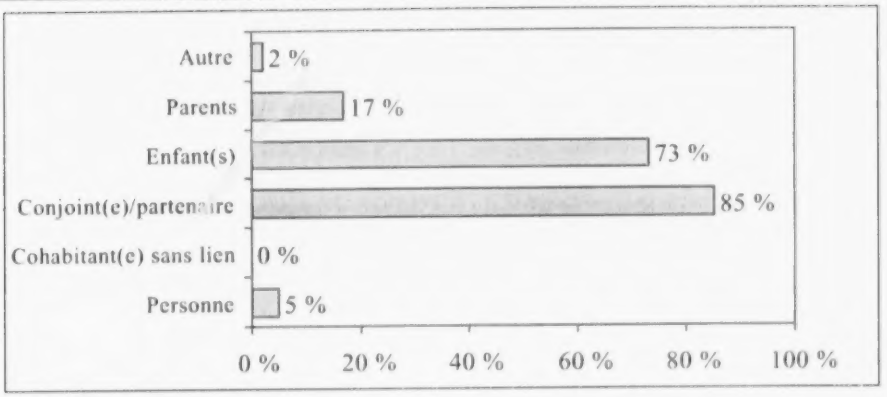


Figure 4 : « Qui vit dans votre maison avec vous? »

Tableau 3 : « Qui vit dans votre maison avec vous? » – par région

	HOKKAIDO n = 66	*KANTO* n = 357	*KANSAI* n = 129	*KYUSHU* n = 112
Personne	0 %	0 %	10 %	4 %
Cohabitant(e) sans lien avec moi	0 %	0 %	0 %	0 %
Conjoint(e)/partenaire	45 %	50 %	42 %	43 %
Mon ou mes enfants	42 %	45 %	26 %	40 %
Mes parents	12 %	4 %	19 %	12 %
Autre	0 %	1 %	3 %	2 %

En ce qui concerne le mode d'occupation, 50 % des répondants sont déjà propriétaires de leur logement, 30 % sont locataires et 10 % vivent chez leurs parents. Les quatre régions affichaient le même schéma de réponse concernant le mode d'occupation (tableau 4).

Tableau 4 : Mode d'occupation – par région

	HOKKAIDO n = 30	KANTO n = 182	KANSAI n = 90	KYUSHU n = 60
Vit avec parents	10 %	7 %	20 %	8 %
Locataire	30 %	27 %	32 %	38 %
Propriétaire	40 %	53 %	46 %	45 %
Propriétaire avec parents, membres de la famille, amis ou autres [1]	10 %	6 %	2 %	0 %
Autre [2]	10 %	7 %	0 %	8 %

[1] Terrain appartenant aux parents et maison appartenant au répondant, copropriété avec grand-mère, avec frère, parents cosignataires.

[2] Habitation fournie par l'employeur.

Type d'habitation Cinquante-deux pour cent des répondants vivent dans des appartements, 43 % dans des maisons individuelles, 3 % dans des maisons en rangée et 2 % dans d'autres types d'habitations. Si l'on examine séparément chaque région, Hokkaido (60 %) et Kansai (49 %) comptent le plus de répondants vivant dans des maisons individuelles, plutôt que dans des appartements (tableau 5).

Tableau 5 : Type d'habitation – par région

	HOKKAIDO n = 30	KANTO n = 182	KANSAI n = 90	KYUSHU n = 60
Appartement	33 %	59 %	43 %	53 %
Maison individuelle	60 %	36 %	49 %	45 %
Maison en rangée	3 %	3 %	4 %	2 %
Autre [1]	3 %	1 %	3 %	0 %

[1] Habitations deux générations, immeubles de quatre étages (répondants propriétaires) dont une partie seulement est partagée, propriétés à valeur patrimoniale, etc.

Méthode de construction et matériaux La moitié des répondants ont indiqué que la méthode traditionnelle de construction japonaise avait été utilisée pour leur habitation actuelle, alors que 6 % des résidents ont indiqué que le système « deux sur quatre » avait été utilisé. Plus de 40 % n'étaient pas certains de la méthode de construction utilisée pour leur maison ou ne savaient pas. Il n'y avait pas de différences régionales sur ce point.

Quarante-huit pour cent des répondants ont indiqué que le béton est le principal matériau de construction utilisé pour leur maison, alors que 40 % ont indiqué que c'était le bois (figure 5). Cela correspond à la proportion des habitations qui sont des appartements (essentiellement en béton) et des maisons individuelles (essentiellement en bois). Sauf pour Hokkaido, le schéma de réponse était le même pour toutes les régions, le béton étant le matériau de construction le plus utilisé, suivi du bois. À Hokkaido, 73 % des répondants ont déclaré que le bois était le principal matériau de construction utilisé dans leur maison (tableau 6).

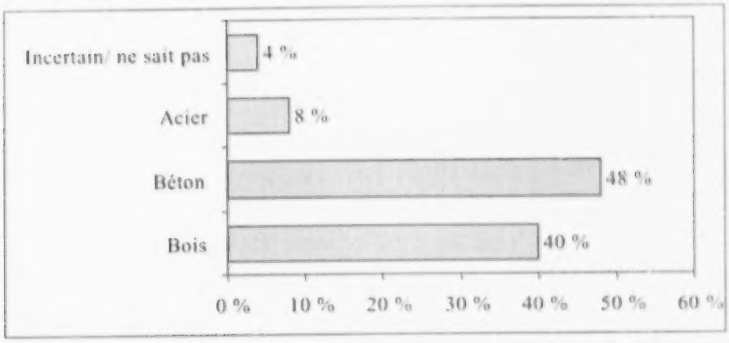


Figure 5 : Matériau de construction

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 182	*KANSAI* n = 90	*KYUSHU* n = 60
Bois	73 %	34 %	41 %	43 %
Béton	17 %	53 %	44 %	52 %
Acier	0 %	9 %	11 %	2 %
Incertain/ne sait pas	10 %	4 %	3 %	3 %

Tableau 6 : Principal matériau de construction – par région

5.2 TRAVAUX DE RÉNOVATION RÉSIDENTIELLE PRÉVUS

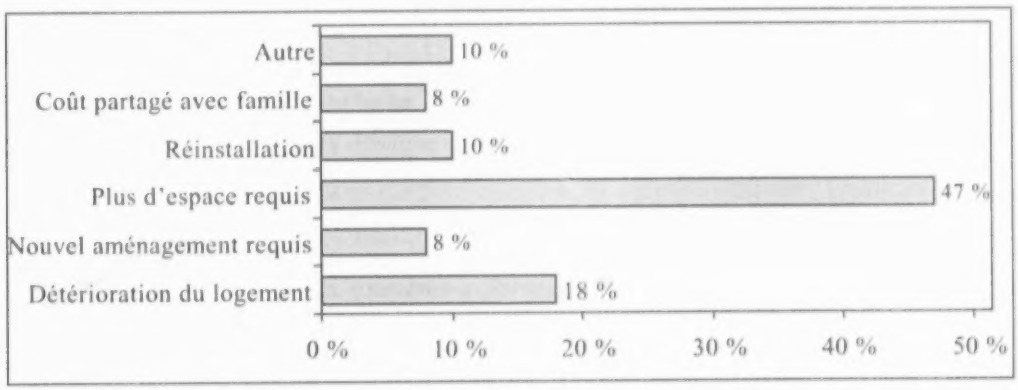
Interrogés à savoir s'ils planifiaient d'importants travaux de rénovation dans leur maison au cours des cinq prochaines années, 15 % des répondants ont répondu par l'affirmative et 85 %, par la négative. Hokkaido (30 %) et Kanto (20 %) affichaient la plus forte proportion de répondants qui prévoyaient faire des rénovations. Kyushu (8 %) et Kansai (3 %) avaient le plus faible taux de résidents prévoyant réaliser des travaux importants de rénovation au cours des cinq prochaines années.

Moment Parmi les répondants qui prévoyaient faire des travaux de rénovation résidentielle importants, la vaste majorité (83 %) ne comptaient pas entreprendre de tels travaux avant au moins trois ans, et 8 % seulement avaient l'intention d'en réaliser dans les six prochains mois. Les résultats par région se trouvent dans le tableau 7, mais seules les réponses de Kanto et Hokkaido sont significatives en raison des taux de réponse. Même dans ces régions, très peu de répondants s'attendent à entreprendre des travaux de rénovation résidentielle au cours des deux prochaines années.

Tableau 7 : Délai pour l'exécution de travaux de rénovation résidentielle – par région

	HOKKAIDO n = 9	*KANTO* n = 28	*KANSAI* n = 2	*KYUSHU* n = 4
Six mois	0 %	9 %	33 %	0 %
Un an	0 %	9 %	0 %	0 %
Deux ans	0 %	3 %	0 %	20 %
Cinq ans	100 %	80 %	67 %	80 %

Raison La majorité des 53 répondants qui prévoyaient rénover leur maison ont indiqué que la principale raison était d'y ajouter de nouvelles commodités (53 %) ou de remédier à la détérioration de leur maison actuelle (40 %) (figure 6). Il existait des différences régionales, Kanto étant la seule région à suivre le schéma de réponse général (tableau 8). À Hokkaido, la nécessité d'ajouter de nouvelles commodités à la maison était la raison la plus courante alors qu'à Kyushu, la détérioration du bâtiment constituait la principale motivation pour les travaux de rénovation.



Nota : Les répondants pouvaient choisir plus d'une réponse.

Figure 6 : Principale raison des travaux de rénovation résidentielle

Tableau 8 : Principale raison des travaux de rénovation résidentielle – par région

	HOKKAIDO n = 12	*KANTO* n = 43	*KANSAI* n = 4	*KYUSHU* N = 3
Détérioration du logement actuel	25 %	33 %	25 %	50 %
Besoin de plus d'espace pour la famille	8 %	5 %	25 %	17 %
Nouvel aménagement souhaité	25 %	16 %	0 %	0 %
Nouvelles commodités souhaitées	42 %	47 %	25 %	33 %
Autre [1]	0 %	0 %	25 %	0 %

Éléments à rénover La plupart des répondants comptent rénover la cuisine et le coin repas (53 %) et la salle de bain/coiffeuse/toilette (43 %) (figure 7). Le schéma de réponse est le même pour les quatre régions.

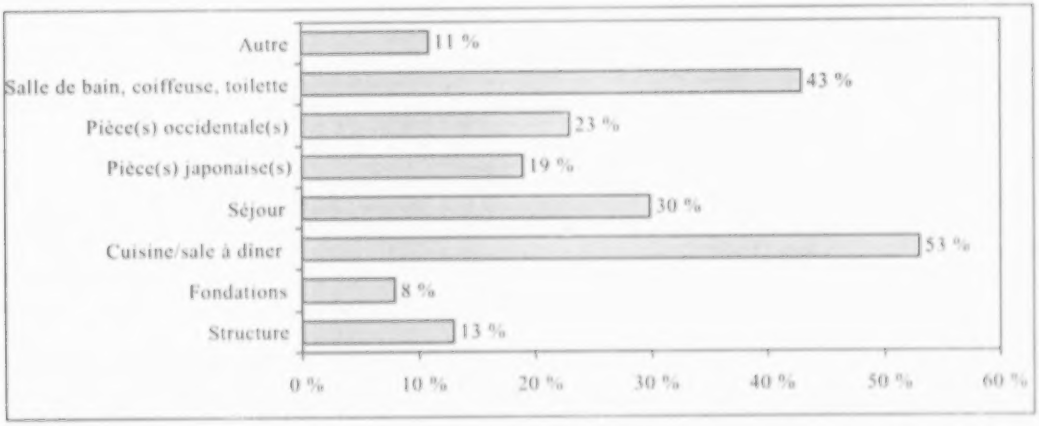


Figure 7 : Éléments à rénover

Dépenses Les répondants de Kansai sont ceux qui comptent consacrer la somme moyenne la plus élevée à des travaux de rénovation au cours de l'année prochaine (figure 8). Cependant, Kansai est la seule région où les répondants n'ont pas l'intention de consacrer de l'argent à des travaux de rénovation résidentielle au cours des cinq prochaines années (figure 9).

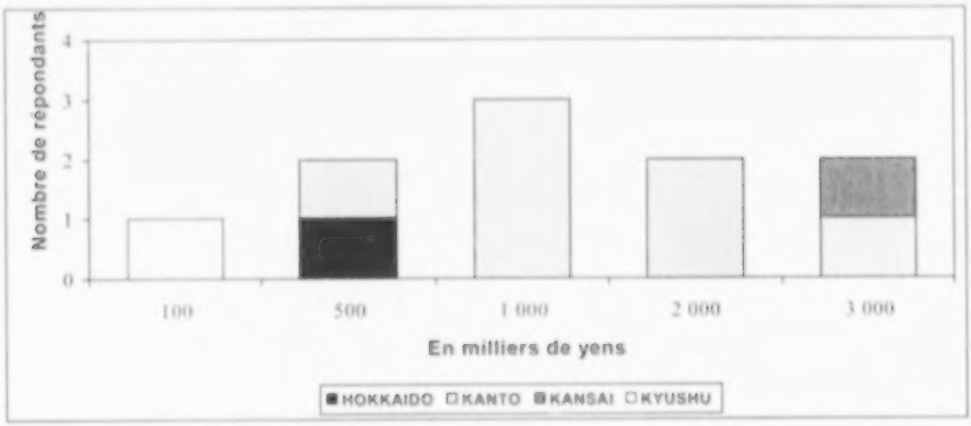


Figure 8 : Nombre de répondants selon les fourchettes de frais de rénovation pour l'an prochain

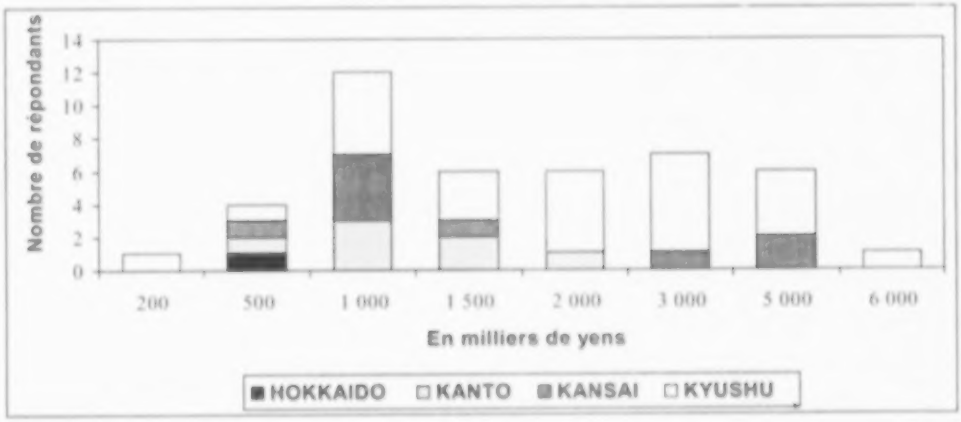


Figure 9 : Nombre de répondants selon les fourchettes de frais de rénovation pour les cinq prochaines années.

6 PLANS D'AVENIR CONCERNANT L'ACHAT D'UNE MAISON

6.1 INTENTION DE CONSTRUIRE OU D'ACHETER UNE MAISON

Vingt et un pour cent des répondants ont indiqué qu'ils comptent construire, reconstruire ou acheter une maison au cours des cinq prochaines années. Les réponses de Kanto, Kansai et Kyushu étaient semblables aux réponses de l'ensemble des quatre régions. Cependant, à Hokkaido, 43 % des répondants planifiaient de construire, reconstruire ou acheter une maison au cours des cinq prochaines années (tableau 9).

Tableau 9 : « Prévoyez-vous construire, reconstruire ou acheter une maison au cours des cinq prochaines années? » - par région

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 182	*KANSAI* n = 90	*KYUSHU* n = 60
Oui	43 %	21 %	16 %	17 %
Non	57 %	79 %	84 %	83 %

Raison Parmi les 90 répondants qui ont l'intention de construire, reconstruire ou acheter une maison d'ici cinq ans, 47 % justifiaient leurs intentions par le besoin d'avoir plus d'espace (figure 10). La détérioration de l'habitation actuelle était la deuxième raison la plus souvent citée pour justifier un investissement dans une nouvelle maison (18 %). Les réponses de chaque région étaient très semblables à l'ensemble des réponses pour toutes les régions, le besoin de plus d'espace étant la raison la plus souvent donnée pour justifier la construction, la reconstruction ou l'achat d'une maison, et le délabrement de l'habitation actuelle étant la deuxième raison la plus courante.

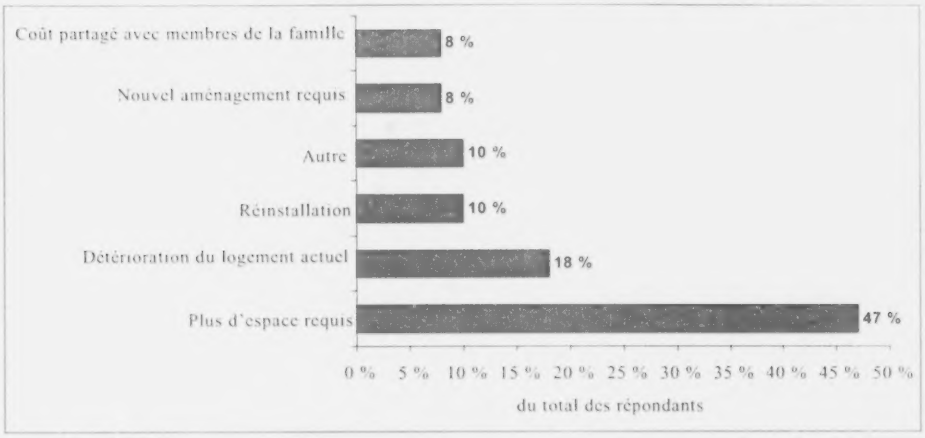


Figure 10 : Raisons de construire, reconstruire ou acheter une nouvelle maison

Moment Comme pour les réponses relatives aux travaux de rénovation, la plupart des répondants (68 %) s'attendaient à construire, reconstruire ou acheter une maison vers la fin de la période de cinq ans à venir. Seulement 16 % des 90 répondants prévoyant acheter une nouvelle maison comptaient le faire d'ici deux ans. Le schéma de réponse était le même pour toutes les régions.

6.2 CARACTÉRISTIQUES DE LA NOUVELLE MAISON

La majorité des répondants (72 %) qui prévoyaient acquérir une nouvelle maison d'ici cinq ans préféraient une maison individuelle, alors que seulement 27 % des répondants exprimaient une préférence pour un appartement. Sauf à Kyushu, où la moitié des répondants ont indiqué préférer une maison individuelle et l'autre moitié, un appartement, les répondants des trois autres régions ont majoritairement donné la maison individuelle comme le type de maison préféré (tableau 10).

Tableau 10 : Type préféré de maison neuve – par région

	HOKKAIDO n = 13	*KANTO* n = 38	*KANSAI* n = 14	*KYUSHU* n = 10
Appartement	8 %	24 %	36 %	50 %
Maison individuelle	92 %	74 %	64 %	50 %
Maison en rangée	0 %	0 %	0 %	0 %
Autre	0 %	3 %	0 %	0 %

Matériau Le bois est légèrement préféré (41 %) à l'acier (40%) comme principal matériau structural pour les maisons japonaises (figure 11). Cependant, Hokkaido est la seule région qui suit ce schéma de

réponse, 71 % des répondants ayant manifesté une préférence pour le bois par rapport aux autres matériaux. Dans les trois autres régions, environ la moitié des répondants préfèrent l'acier comme principal matériau structural pour leur maison. De 30 à 40 % des répondants préfèrent le bois à l'acier (tableau 11).

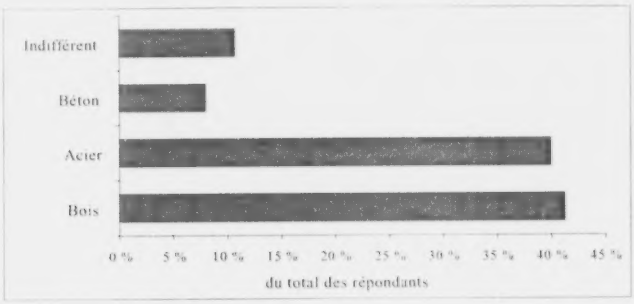


Figure 11 : Matériau structural préféré pour la nouvelle maison

	HOKKAIDO n = 13	*KANTO* n = 38	*KANSAI* n = 14	*KYUSHU* n = 10
Bois	77 %	34 %	29 %	40 %
Acier	15 %	42 %	50 %	50 %
Béton	0 %	11 %	7 %	10 %
Indifférent	8 %	13 %	14 %	0 %

Tableau 11 : Matériau structural préféré pour la nouvelle maison – par région

Superficie Parmi les répondants qui prévoient construire, reconstruire ou acheter une maison, 32 % prévoient la construction ou l'achat d'une maison dont la superficie se situe entre 96 m^2 et 120 m^2 (entre 29,1 et 36 tsubo), alors que 28 % prévoient une superficie se situant entre 71 m^2 et 95 m^2 (entre 21,1 et 29 tsubo) (figure 12). Les répondants de Hokkaido et Kanto ont suivi ce schéma de réponse pour ce qui est des plus grandes maisons. Cependant, à Kansai et Kyushu, les réponses étaient à l'opposé. Quarante-trois pour cent des répondants de Kansai et 60 % de ceux de Kyushu ont indiqué que la superficie de leur nouvelle maison devrait se situer entre 71 m^2 et 95 m^2 (entre 21,1 et 29 tsubo) (tableau 12).

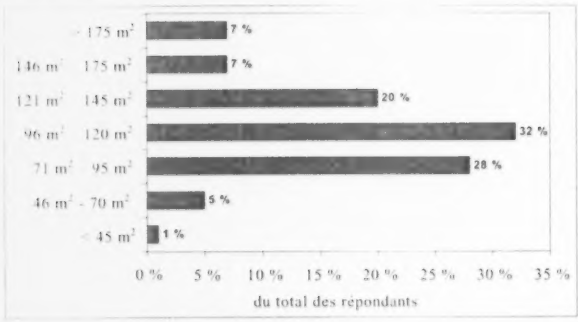


Figure 12 : Superficie de la nouvelle maison

Tableau 12 : Superficie de la nouvelle maison – par région

	HOKKAIDO n = 13	*KANTO* n = 38	*KANSAI* n = 14	*KYUSHU* n = 10
Moins de 45 m^2	8 %	0 %	0 %	0 %
Entre 46 m^2 et 70 m^2	15 %	3 %	0 %	10 %
Entre 71 m^2 et 95 m^2	0 %	24 %	43 %	60 %
Entre 96 m^2 et 120 m^2	38 %	42 %	21 %	0 %
Entre 121 m^2 et 145 m^2	23 %	21 %	21 %	10 %
Entre 146 m^2 et 175 m^2	15 %	5 %	7 %	0 %
Plus de 175 m^2	0 %	5 %	7 %	20 %

Plus de la moitié des répondants (64 %) préfèrent la banlieue pour leur nouvelle maison, et 32 % préfèrent vivre au centre-ville. Seulement 4 % préfèrent une zone rurale. Ce schéma de réponse est le même pour toutes les régions.

6.3 PAIEMENT DE LA NOUVELLE MAISON

Un nombre presque égal de répondants ont indiqué qu'ils s'attendaient à payer plus de 40 millions de yens (533 000 $ CAN) (28 %) et entre 30 millions de yens (400 000 $ CAN) et 40 millions de yens (27 %) (figure 13). Les réponses variaient beaucoup entre les régions, Hokkaido se situant à la limite inférieure des fourchettes de prix anticipées avec 62 % de répondants s'attendant à payer entre 10,1 et 20 millions de yens pour une nouvelle maison. Kanto affichait la fourchette de prix anticipée la plus élevée : 39 % des répondants s'attendaient à payer plus de 40 millions de yens pour une nouvelle maison (tableau 13).

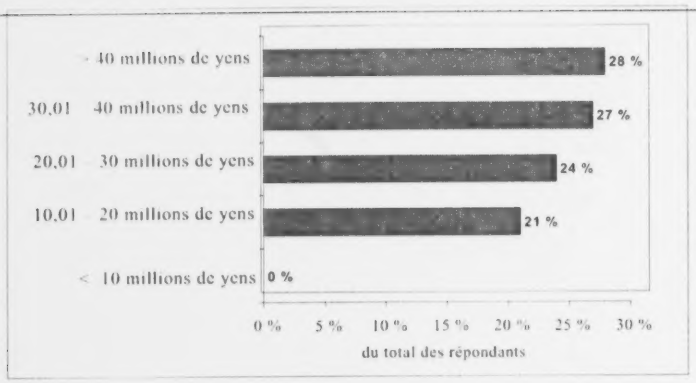


Figure 13 : Fourchette de prix anticipée pour la nouvelle maison

Tableau 13 : Fourchette de prix anticipée pour la nouvelle maison – par région

	HOKKAIDO n = 13	*KANTO* n = 38	*KANSAI* n = 14	*KYUSHU* n = 10
Moins de 10 millions de yens	0 %	0 %	0 %	0 %
De 10,01 à 20 millions de yens	62 %	13 %	7 %	20 %
De 20,01 à 30 millions de yens	23 %	24 %	36 %	10 %
De 30,01 à 40 millions de yens	15 %	24 %	36 %	40 %
Plus de 40 millions de yens	0 %	39 %	21 %	30 %

Terrain Plus de 40 % des répondants ont l'intention d'acheter le terrain sur lequel sera située leur nouvelle maison, ainsi que leur nouvelle maison. Vingt-quatre pour cent n'auront pas besoin de terrain parce qu'ils comptent acheter un appartement. Un nombre égal de répondants (22 %) possèdent déjà le terrain sur lequel ils ont l'intention de construire leur maison ou construiront leur maison sur un terrain qui appartient à leur famille. Les 5 % restant ont déjà acheté un terrain pour la construction d'une maison. Toutes les régions ont suivi ce schéma de réponse, sauf Kansai, où la plupart des répondants ont l'intention d'acquérir un appartement.

Paiement de la maison Les répondants s'attendent à payer 43 % des coûts relatifs à leur nouvelle maison grâce à leurs épargnes personnelles. Les réponses étaient très semblables à Kanto (47 %), Kansai (47 %) et Kyushu (42 %). Cependant, à Hokkaido, les répondants s'attendaient à ne payer en moyenne que 28 % des coûts au moyen de leurs épargnes.

Décision d'achat La majorité des répondants (73 %) ont indiqué que la décision d'acheter une nouvelle maison était prise avec le conjoint(e) ou partenaire. Les parents intervenaient dans la décision de 19 %

des répondants. Seulement 5 % des répondants ont indiqué prendre seuls la décision. Il y avait peu de différence entre les régions, sauf que les parents intervenaient davantage à Kanto (25 %), et moins à Kansai (6 %) et Kyushu (9 %) (tableau 14).

Tableau 14 : « Qui participe à la décision d'acheter une nouvelle maison? » – par région

	HOKKAIDO n = 17	*KANTO* n = 56	*KANSAI* n = 17	*KYUSHU* n = 11
Moi-même	6 %	5 %	6 %	0 %
Epoux ou épouse /conjoint(e) /partenaire	76 %	68 %	76 %	91 %
Parents	18 %	25 %	6 %	9 %
Autres membres de la famille	0 %	0 %	6 %	0 %
Autre [(1)]	0 %	2 %	6 %	0 %

[(1)] Enfants

7 NOUVELLE LOI AU JAPON

La majorité des répondants (77 %) n'ont pas entendu parlé de la Loi sur l'assurance de la qualité du logement (LAQL). Les résultats sont uniformes d'une région à l'autre (tableau 15).

Tableau 15 : Connaissance de la Loi sur l'assurance de la qualité du logement – par région

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 182	*KANSAI* n = 90	*KYUSHU* n = 60
Oui	23 %	27 %	18 %	15 %
Non	77 %	73 %	82 %	85 %

Parmi les répondants qui ont entendu parler de la LAQL, 28 % ont obtenu l'information à la télévision, 26 %, dans un dépliant de société privée et 25 %, grâce à une annonce publicitaire payée dans le journal par une société privée (figure 14). La télévision a été le mode de communication le plus efficace à Hokkaido (50 %) et Kanto (31 %). Le dépliant d'une société privée a été mentionné plus souvent à Kansai (35 %) (tableau 16).

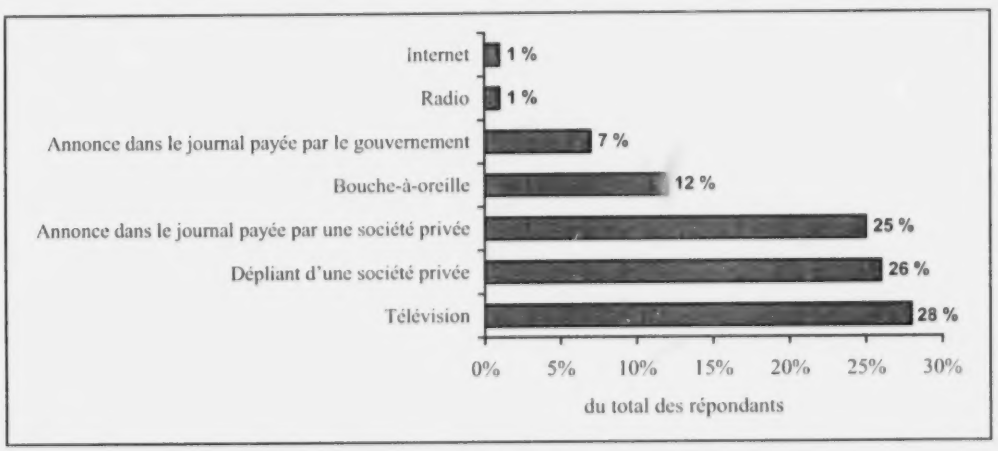


Figure 14 : « Comment avez-vous été renseigné sur la nouvelle loi visant la qualité du logement? » (n=121)

Tableau 16 : « Comment avez-vous été renseigné sur la nouvelle loi visant la qualité du logement? » – par région

	HOKKAIDO n = 8	*KANTO* n = 74	*KANSAI* n = 26	*KYUSHU* n = 13
Télévision	50 %	31 %	15 %	23 %
Annonce dans le journal payée par le gouvernement	0 %	7 %	8 %	15 %
Annonce dans le journal payée par une société privée	13 %	26 %	27 %	23 %
Dépliant d'une société privée	25 %	23 %	35 %	23 %
Radio	0 %	1 %	0 %	0 %
Internet	0 %	0 %	4 %	0 %
Bouche-à-oreille	13 %	12 %	12 %	15 %

On a demandé aux répondants d'évaluer leur degré de connaissance de quatre aspects de la LAQL sur une échelle de 1 à 5, 1 correspondant à une vaste connaissance et 5, à aucune connaissance. Les réponses révèlent un manque de connaissances au sujet des quatre aspects de la LAQL : garantie de dix ans du constructeur contre les vices de construction (moyenne de 3,0); garantie d'achèvement des travaux de construction par l'entrepreneur (moyenne de 3,4); organisme de règlement des différends (moyenne de 4,0); indicateurs de rendement volontaires des logements (moyenne de 3,7). La figure 15 fournit les réponses données.

Figure 15 : Connaissance de quatre aspects de la LAQL

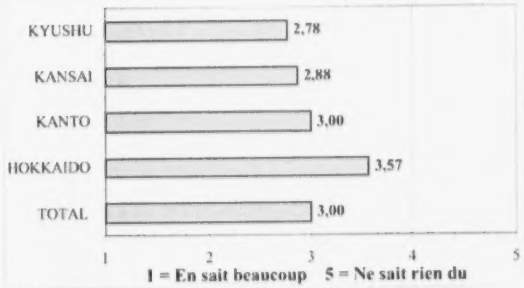


Figure 15a : Connaissance moyenne de la garantie obligatoire de dix ans du constructeur contre les vices de construction (n = 82).

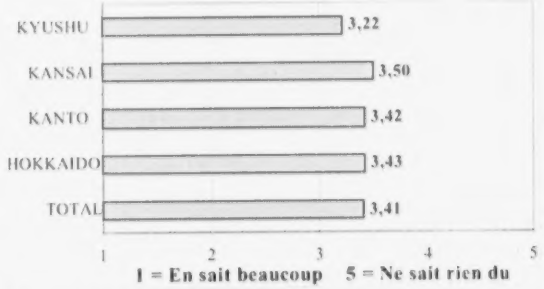


Figure 15b : Connaissance moyenne de la garantie obligatoire visant l'achèvement de la construction (n =82).

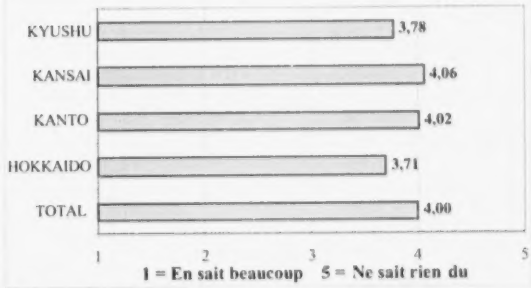


Figure 15c : Connaissance moyenne quant aux organismes de règlement des différends (n = 82).

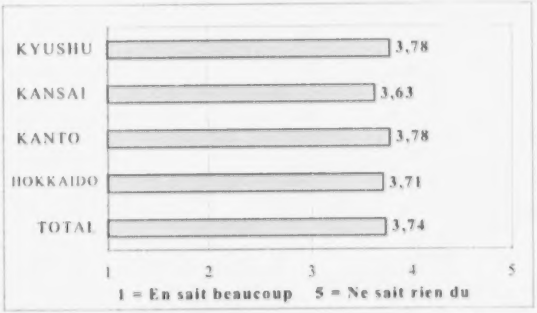


Figure 15d : Connaissance moyenne concernant les indicateurs de rendement des logements (n = 82).

8 INDICATEURS DE RENDEMENT DU LOGEMENT

8.1 PRÉFÉRENCES CONCERNANT LES INDICATEURS DE RENDEMENT

Les neuf indicateurs de rendement ont été énumérés par paires à des fins de comparaison. Toutes les combinaisons de caractéristiques possibles ont été présentées, et on a demandé aux répondants de choisir la caractéristique qu'ils trouvaient la plus souhaitable dans chaque paire. Le choix s'appuyait sur ce qu'ils souhaitaient améliorer dans leur maison, présumée conforme aux exigences minimales de la Loi sur les normes de construction du Japon.

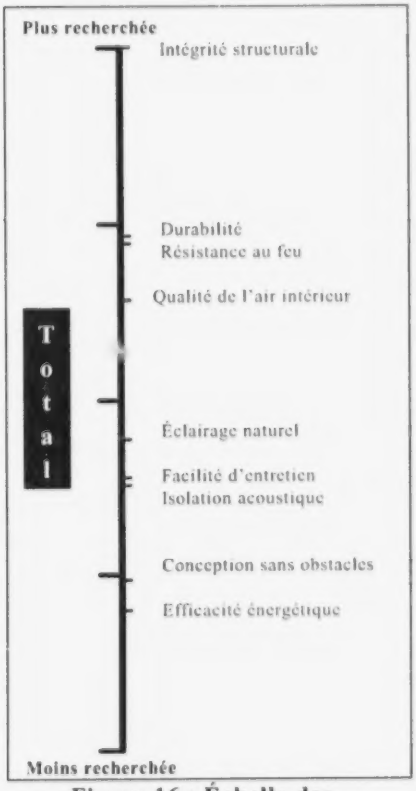


Figure 16 : Échelle des caractéristiques plus ou moins recherchées

Les données ont été analysées au moyen de méthodes de comparaison par paires utilisant des échelles et élaborées par L.L. Thurstone. Les résultats pour tous les répondants sont présentés à la figure 16, et les résultats régionaux apparaissent à la figure 17. L'échelle montre le rang qu'occupent les caractéristiques les plus recherchées et l'écart relatif entre les caractéristiques. L'échelle commence au point d'origine, établi en fonction de la caractéristique la plus recherchée, et l'écart pour chaque caractéristique correspond à l'écart cumulatif par rapport au point d'origine.

L'intégrité structurale (le point d'origine de l'échelle) est la caractéristique la plus recherchée pour l'ensemble des régions (figure 16). Au deuxième rang vient la durabilité, suivie de prêt par la résistance au feu et par la qualité de l'air intérieur. Le recours à cette échelle est avantageux parce que l'écart entre les caractéristiques est significatif, contrairement au classement hiérarchique. Il y a donc peu de différence entre la durabilité et la résistance au feu, en termes de préférence. Cependant, l'écart est nettement plus grand entre l'éclairage naturel et la qualité de l'air intérieur. La conception sans obstacles et l'efficacité énergétique sont les caractéristiques les moins recherchées, se situant aux huitième et neuvième rangs respectivement. Cependant, même s'il s'agit des caractéristiques les moins recherchées, elles se situent au dessus du niveau le plus bas possible, ce qui signifie que certains segments ont exprimé pour elles une préférence relativement élevée.

La figure 17 montre dans chaque région les quatre mêmes caractéristiques en tête, malgré des différences sur le plan de l'ordre des caractéristiques et des écarts entre elles. Ces différences sont importantes. Par exemple, à Kansai, on recherche davantage l'amélioration de la qualité de l'air intérieur qu'à Kanto, bien que cette caractéristique se situe parmi les quatre caractéristiques en tête dans les deux régions.

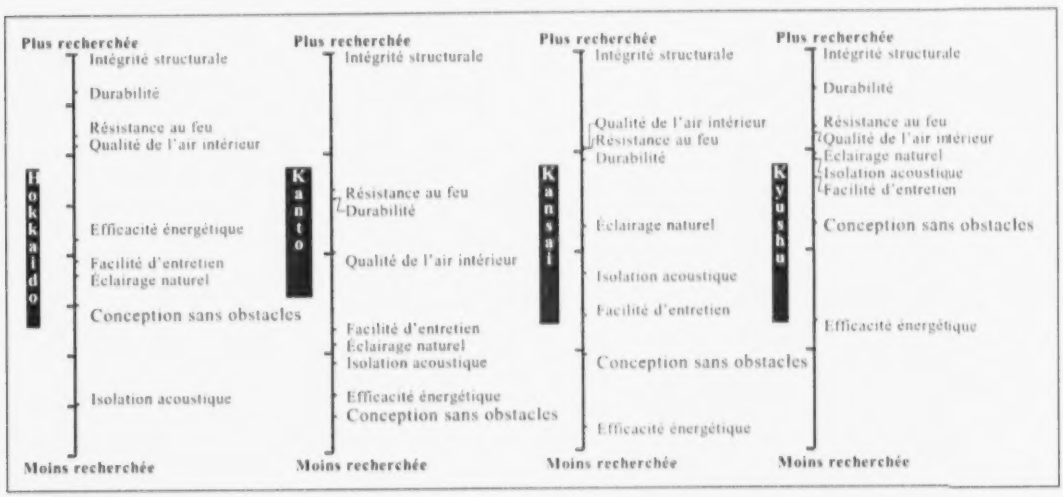


Figure 17 : Échelle des caractéristiques plus ou moins recherchées – par région

À Kyushu, on constate un regroupement beaucoup plus serré de caractéristiques « environnementales » (qualité de l'air, éclairage et isolation acoustique) que dans les autres régions. À Hokkaido, l'efficacité énergétique est beaucoup plus importante que dans toute autre région. L'espace et le temps dont nous disposons limitent l'analyse de ces résultats, mais nous encourageons le lecteur à examiner les figures 16 et 17 afin de concevoir et de promouvoir les matériaux, produits et systèmes de construction qui répondent le mieux aux préférences des consommateurs dans les différentes régions du Japon.

8.2 CARACTÉRISTIQUES MINIMALES REQUISES EN TERMES DE RENDEMENT

On a présenté aux répondants trois catégories de caractéristiques liées au rendement des logements : l'économie d'énergie, la durabilité et la conception sans obstacles pour les aînés et les personnes handicapées. On a ensuite demandé aux répondants d'indiquer le degré de rendement minimum qu'ils exigeraient dans leurs nouvelles maisons.

Économie d'énergie En ce qui concerne l'économie d'énergie, on a posé aux répondants des questions au sujet de l'endroit et de l'épaisseur de l'isolant, de leurs besoins concernant les fenêtres et de la nécessité d'une construction étanche à l'air. La majorité des répondants (59 %) ont indiqué qu'ils exigeraient que l'isolation au plafond et dans les murs extérieurs soit épaisse, et 11 % souhaitaient qu'elle soit très épaisse. La plupart des 30 % d'autres répondants accepteraient une isolation modérée. Les différences régionales sont faibles, mais les degrés d'importance sont différents (voir la figure 17).

La majorité des répondants voulaient des fenêtres à double vitrage (72 %) et un petit nombre (4 %), des fenêtres à triple vitrage. Les 24 % restant se contenteraient de fenêtre à vitrage simple. La majorité des répondants (73 %) voulaient une construction étanche à l'air. Le plus intéressant, c'est qu'une minorité importante de répondants préféraient une construction non étanche à l'air malgré les politiques officielles adoptées par le Japon pour la promotion des maisons étanches à l'air.

Durabilité La majorité des répondants (70 %) ont indiqué qu'ils s'attendaient à ce que leur maison dure au moins deux générations (plus de 50 ans). Ceci est nettement supérieur à la durée moyenne actuelle des maisons au Japon, d'une seule génération (la préférence de 13 % des répondants). Il est à noter que la principale raison donnée pour la construction ou l'achat d'une nouvelle maison était le manque d'espace, une caractéristique liée à la conception et non au rendement (figure 10). Une minorité importante de répondants (17 %) exigeaient que la durée de leur maison soit d'au moins trois générations. C'est à Hokkaido qu'ils se trouvaient en plus forte proportion avec 23 % des répondants qui souhaitaient une maison qui tiendrait pour trois générations alors que ce pourcentage n'était que de 12 % à Kyushu (voir le tableau 17).

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 181	*KANSAI* N = 90	*KYUSHU* n = 60
Une génération	13 %	10 %	21 %	10 %
Deux générations	63 %	71 %	63 %	78 %
Trois générations	23 %	18 %	16 %	12 %

Tableau 17 : Exigences minimales concernant la durabilité de la nouvelle maison – par région

Conception sans obstacles et autres caractéristiques liées à l'âge En ce qui concerne la conception sans obstacles pour les aînés et les personnes handicapées, 72 % des répondants ont indiqué qu'ils souhaitaient que les installations domiciliaires (chambres, toilette et salle de bain) se trouvent sur le même étage, et 19 % de plus s'attendaient à disposer d'un ascenseur. Cela signifie qu'au total de 91 % des répondants s'attendaient à ce que les aînés puissent passer d'un étage à l'autre. Seulement 9 % des répondants accepteraient que ces commodités se trouvent sur des étages différents. La majorité (84 %) exigeaient que les corridors et les entrées soient d'au moins 1,1 mètre de largeur, et les autres voulaient une largeur d'au moins 0,75 mètre.

Soixante et onze pour cent des répondants s'attendaient à ce qu'il y ait des mains courantes dans la chambre, les escaliers et corridors, dans les salles de bain et toilettes. Seulement 2 % des répondants ne s'attendaient pas à ce qu'il y a des mains courantes, et les autres en voulaient dans toutes les chambres, dans les escaliers et corridors. La moitié des répondants voulaient que la chambre réservée à une personne âgée ou handicapée ait une superficie minimum de 9 m^2, et les deux tiers voulaient un accès facile pour les fauteuils roulants.

8.3 IMPORTANCE DES CARACTÉRISTIQUES AU MOMENT DE LA CONSTRUCTION OU DE L'ACHAT D'UNE MAISON

On a demandé aux répondants de placer en ordre les trois facteurs les plus importants dans la décision d'acheter une maison. Pour faciliter les comparaisons, les classements ont été convertis en points d'évaluation. On a attribué trois points au facteur le plus important, deux points au facteur arrivant au deuxième rang et un point au troisième facteur. Cette échelle, bien qu'arbitraire, est un moyen utile de faciliter les comparaisons.

Pour tous les répondants, la fourchette de prix était considérée comme la variable la plus importante au moment de l'achat ou de la construction d'une maison (figure 18). À la suite du prix venait un ensemble étroitement regroupé de facteurs, dont la proximité d'une gare ferroviaire, l'intégrité structurale, l'éclairage naturel et la sécurité du quartier. Il est intéressant de noter que le prix et l'emplacement étaient les critères les plus importants et semblaient constituer la préoccupation universelle des acheteurs de maison. On remarque aussi avec intérêt le degré relativement faible d'importance de certains des neuf critères de rendement de la LAQL (comme l'efficacité énergétique et la qualité de l'air intérieur) par rapport à des facteurs qui ont peu à faire avec la construction de la maison (comme la superficie du terrain, le prestige du quartier et la facilité d'entretien).

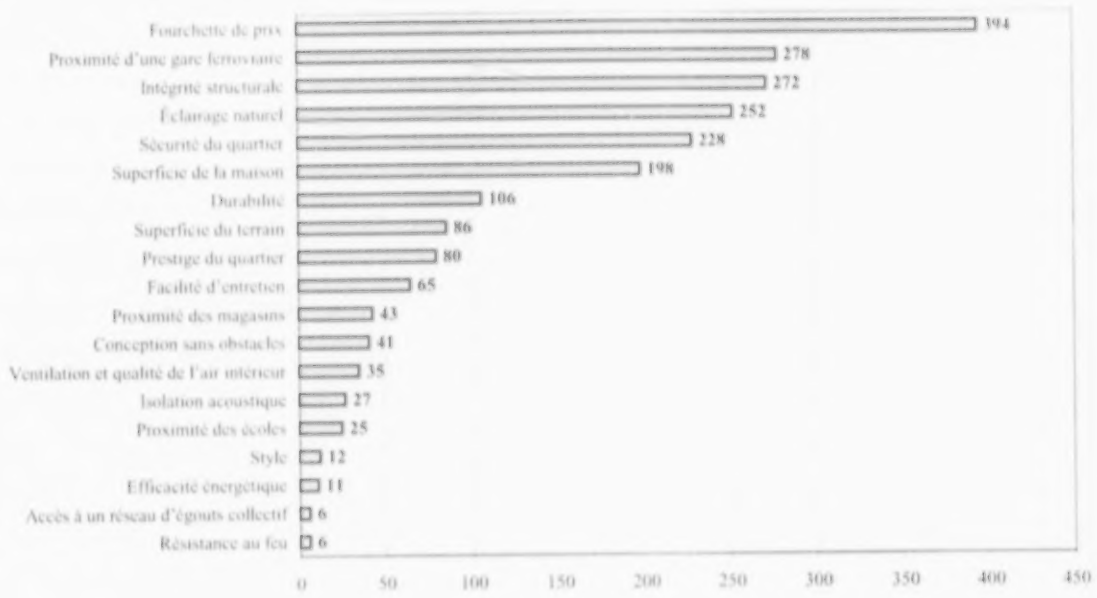


Figure 18 : Variables les plus importantes au moment de l'achat ou de la construction d'une maison

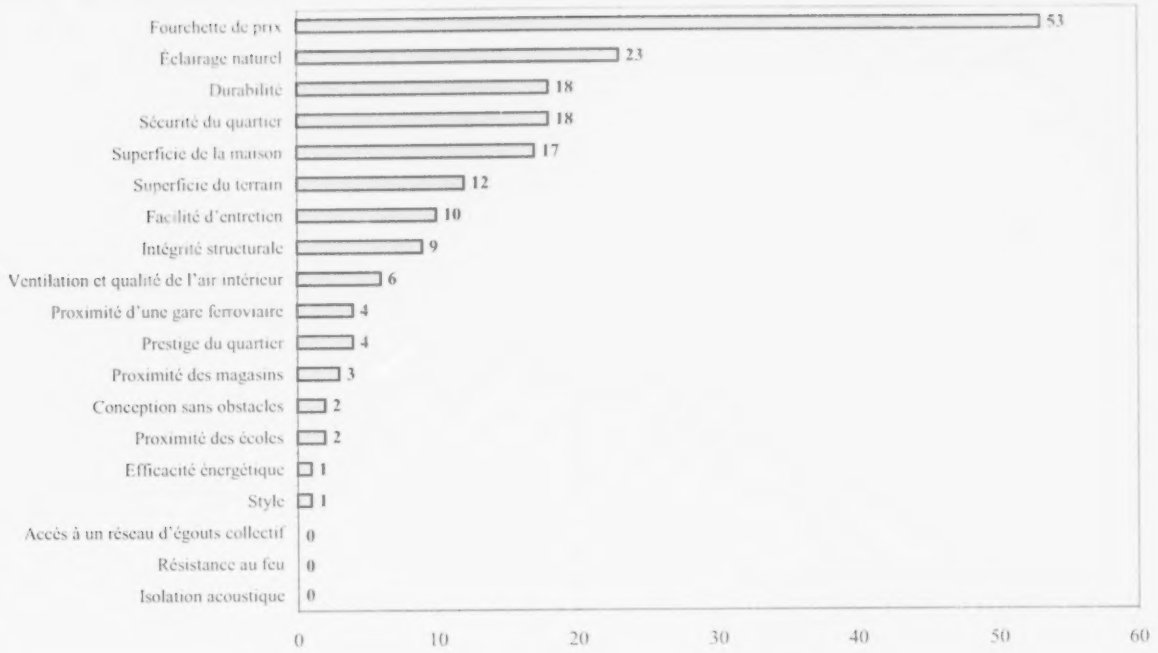


Figure 19 : Variables les plus importantes au moment de l'achat ou de la construction d'une maison – Hokkaido

Les résultats régionaux s'accompagnent de brefs commentaires sur chaque région. À Hokkaido, l'efficacité énergétique était très peu recherchée malgré le climat hivernal rigoureux, alors que l'éclairage naturel et la superficie de la maison avaient beaucoup d'importance (figure 19).

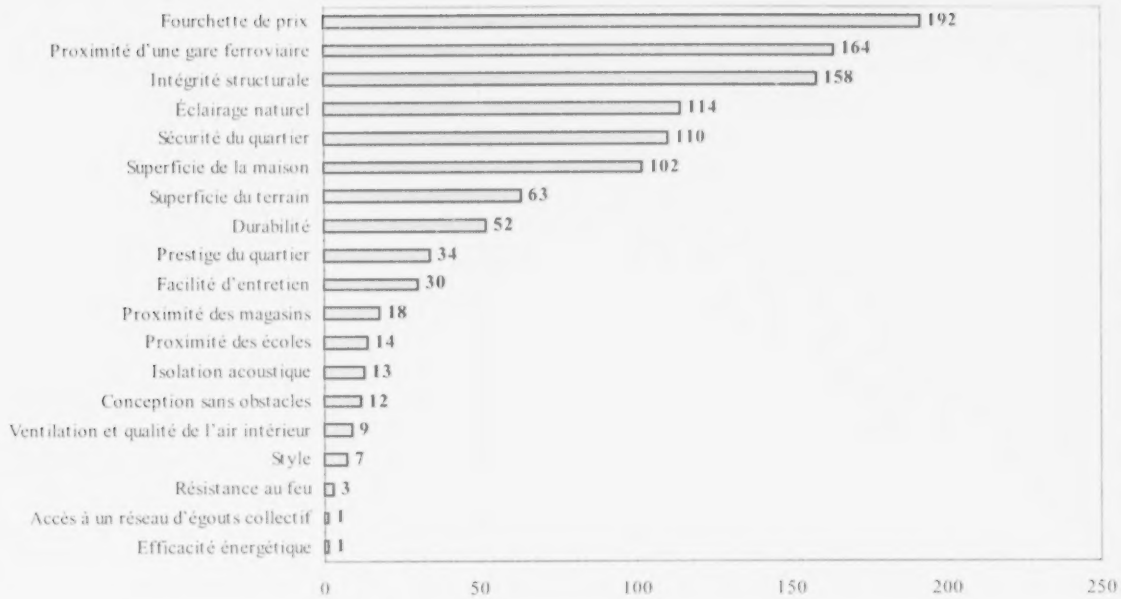


Figure 20 : Variables les plus importantes au moment de l'achat ou de la construction d'une maison – Kanto

À Kanto, la proximité d'une gare ferroviaire et l'intégrité structurale avaient énormément d'importance, alors que les aspects environnementaux en revêtaient relativement moins (figure 20).

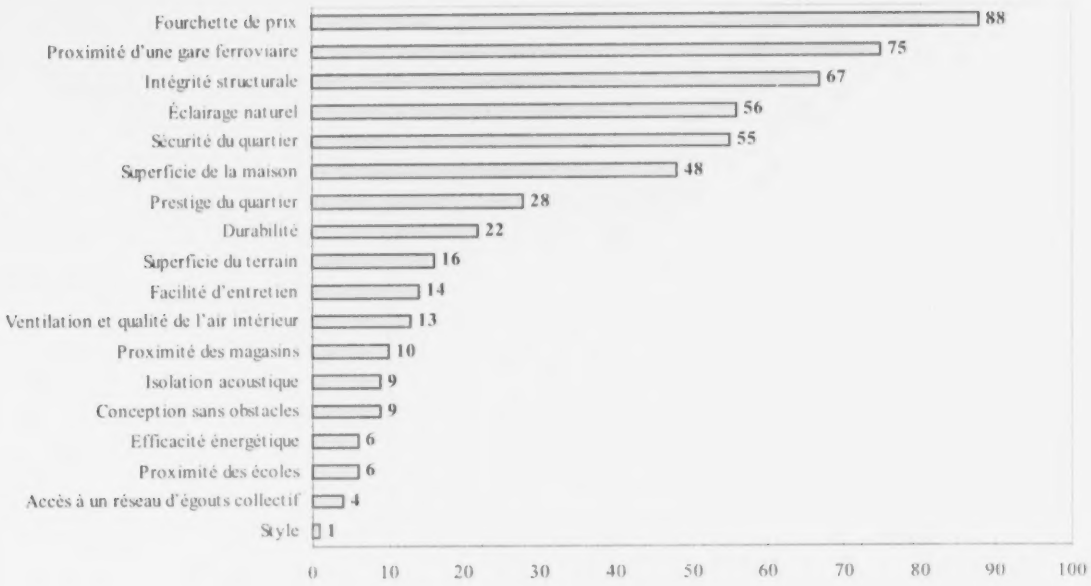


Figure 21 : Variables les plus importantes au moment de l'achat ou de la construction d'une maison – Kansai

Les résultats de Kansai (figure 21) ressemblaient beaucoup à ceux de Kanto. Cependant, à Kyushu (figure 22), la conception sans obstacles était plus importante que dans les autres régions.

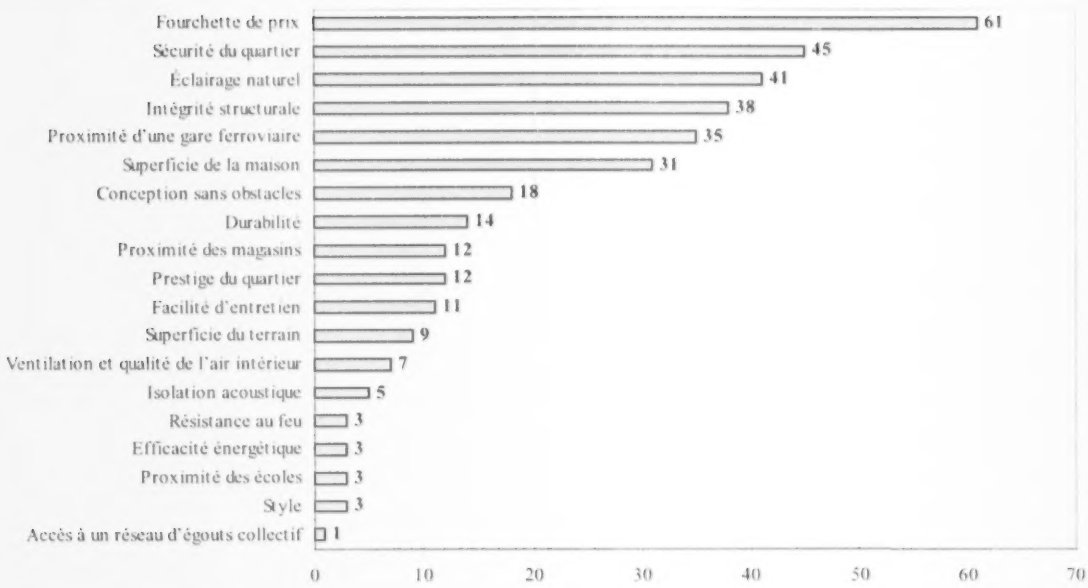


Figure 22 : Variables les plus importantes au moment de l'achat ou de la construction d'une maison – Kyushu

8.4 AFFECTATION DE FONDS À L'AMÉLIORATION DES MAISONS

On a demandé aux répondants d'indiquer à quelles améliorations ils consacreraient un million de yens s'ils disposaient d'une telle somme. On a demandé aux répondants de commencer par répartir les fonds entre trois catégories de dépenses, puis de ventiler les dépenses à l'intérieur de chaque catégorie. Les trois catégories étaient les suivantes : 1) améliorer la qualité de vie; 2) réduire les risques de blessure ou de décès en situation d'urgence (incendie, séisme); 3) faciliter l'entretien et réduire les frais d'entretien (durabilité et entretien général). Un peu moins de la moitié des dépenses seraient consacrées à l'amélioration de la qualité de vie (voir le tableau 18).

Tableau 18 : Répartition des fonds (un million de yens) consacrés à l'amélioration de la maison (pourcentage des dépenses totales)

	TOTAL n = 302	*HOKKAIDO* n = 25	*KANTO* n = 148	*KANSAI* N = 74	*KYUSHU* n = 55
Amélioration de la qualité de vie	43 %	40 %	44 %	42 %	44 %
Réduction des risques de blessure ou de décès en situation d'urgence	28 %	30 %	28 %	29 %	27 %
Amélioration de l'entretien	28 %	30 %	28 %	29 %	28 %

La même question a été posée de façon précise pour chaque catégorie d'amélioration présentée ci-dessus. Dans le cas de la qualité de vie, les quatre éléments suivants ont été données pour l'affectation des fonds : éclairage, isolation acoustique, qualité de l'air intérieur et conception sans obstacles. Les résultats du tableau 19 indiquent une répartition assez égale entre les quatre éléments.

Tableau 19 : Sommes consacrées à chaque élément de la catégorie visant l'amélioration de la qualité de vie (pourcentage des dépenses totales)

	TOTAL *n = 314*	*HOKKAIDO* *n = 26*	*KANTO* *n = 152*	*KANSAI* *N = 82*	*KYUSHU* *n = 54*
Amélioration de la qualité de l'air intérieur	26 %	26 %	26 %	26 %	27 %
Amélioration de l'isolation acoustique des pièces	24 %	19 %	24 %	26 %	23 %
Amélioration de l'éclairage naturel	25 %	26 %	25 %	25 %	24 %
Amélioration de l'accessibilité pour les aînés et les personnes handicapées	25 %	29 %	25 %	23 %	26 %

Interrogés sur la façon dont ils affecteraient un million de yens à deux éléments qui réduiraient les risques de blessure ou de décès en situation d'urgence, les répondants ont affirmés qu'ils consacreraient un peu plus de fonds (56 %) à l'amélioration de l'intégrité structurale de la maison qu'à l'amélioration de la sécurité-incendie (tableau 20).

Tableau 20 : Répartition des dépenses visant la réduction des risques de blessure ou de décès en situation d'urgence.

	TOTAL *n = 347*	*HOKKAIDO* *n = 28*	*KANTO* *n = 175*	*KANSAI* *N = 85*	*KYUSHU* *n = 59*
Amélioration de l'intégrité structurale de la maison	56 %	56 %	57 %	55 %	55 %
Amélioration de la sécurité-incendie ou de la résistance au feu de la maison	44 %	44 %	43 %	45 %	45 %

Enfin, les répondants consacreraient davantage de fonds à l'amélioration de la durabilité qu'à l'amélioration de l'efficacité énergétique ou à l'amélioration de la facilité d'entretien et la réduction des frais d'entretien de leur maison (tableau 21).

Tableau 21 : Répartition des dépenses visant la facilité d'entretien et la réduction des frais d'entretien (%)

	TOTAL *n = 330*	*HOKKAIDO* *n = 28*	*KANTO* *n = 164*	*KANSAI* *N = 83*	*KYUSHU* *n = 55*
Amélioration de la durabilité de la maison	40 %	39 %	41 %	39 %	39 %
Amélioration de l'efficacité énergétique	31 %	32 %	32 %	31 %	30 %
Amélioration de la facilité d'entretien et réduction des frais d'entretien	28 %	29 %	27 %	30 %	31 %

8.5 ATTITUDES CONCERNANT LES CARACTÉRISTIQUES DES MAISONS

On a présenté aux répondants une liste de 29 énoncés relatifs au logement, aux caractéristiques des maisons et aux croyances générales. On leur a demandé d'indiquer dans quelle mesure ils étaient d'accord ou pas avec chaque énoncé en fonction d'une échelle d'attitude (échelle de Likert) de cinq points allant de 1, tout à fait d'accord, à 5, pas du tout d'accord. En moyenne, les répondants sont tout à fait d'accord avec les énoncés suivants (figure 23) :

- La protection de l'environnement est de la plus haute importance pour moi.

- L'exploitation forestière actuelle constitue une menace réelle pour l'environnement à l'échelle mondiale.
- La caractéristique la plus importante de la maison est sa solidité structurale.
- Je m'occuperai de l'accessibilité de ma maison quand je vieillirai.
- J'ai entendu parler des adhésifs utilisés dans la fabrication des produits dérivés du bois et ça me préoccupe beaucoup.
- Je préfère lire et travailler sous un éclairage naturel quand il fait jour.
- Les voisins bruyants sont une nuisance majeure.

La figure 23 indique la mesure dans laquelle les répondants sont d'accord avec chacun des énoncés.

Les réponses étaient semblables dans toutes les régions.

Figure 23 : Mesure dans laquelle les répondants sont d'accord avec chaque énoncé

9 PROFIL DES RÉPONDANTS

La vaste majorité des répondants (87 %) sont mariés, 11 % seulement n'ont jamais été mariés et 1 % seulement sont divorcés ou veufs. Un nombre relativement élevé de répondants (34 %) de Kansai n'avaient jamais été mariés, mais la majorité (61 %) l'étaient.

Vingt-huit pour cent des répondants avaient entre 35 et 39 ans. Un nombre égal de répondants (18 %) avaient entre 30 et 34 ans, et entre 40 et 44 ans (figure 24). Les différences régionales apparaissent au tableau 22. Les résultats sont le reflet de la composition démographique souhaitée de l'échantillon sur la base des méthodes employées dans cette analyse.

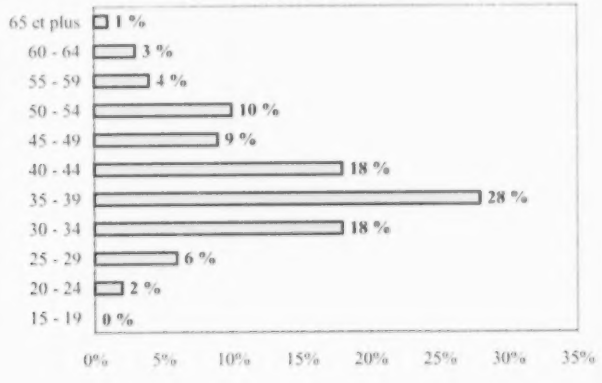


Figure 24 : Âge des répondants

Tableau 22 : Âge des répondants – par région

	HOKKAIDO n = 30	KANTO n = 182	KANSAI n = 90	KYUSHU N = 60
15 – 19	0 %	0 %	0 %	0 %
20 – 24	0 %	0 %	8 %	0 %
25 – 29	0 %	2 %	19 %	2 %
30 - 34	0 %	18 %	26 %	17 %
35 – 39	27 %	40 %	13 %	17 %
40 – 44	43 %	20 %	3 %	20 %
45 – 49	27 %	4 %	4 %	22 %
50 – 54	3 %	9 %	9 %	18 %
55 – 59	0 %	5 %	6 %	3 %
60 – 64	0 %	2 %	8 %	2 %
65 et plus	0 %	0 %	4 %	0 %

La majorité des répondants (65 %) étaient des femmes. La seule région où les hommes étaient proportionnellement plus nombreux (57 %) que les femmes (43 %) était Hokkaido (tableau 23).

Tableau 23 : Sexe des répondants – par région

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 182	*KANSAI* n = 90	*KYUSHU* n = 60
Hommes	57 %	31 %	39 %	33 %
Femmes	43 %	69 %	61 %	67 %

On a interrogé les répondants au sujet de leur scolarité. Trente-neuf pour cent des répondants ont dit avoir terminé leurs études collégiales et 25 % ont indiqué avoir fait au moins une année au collège (figure 25). Le schéma de réponse était le même pour Kanto, Kansai et Kyushu. Cependant, à Hokkaido, 41 % des répondants avaient terminé leurs études secondaires et 34 % avaient terminé leurs études dans une école secondaire technique (tableau 24).

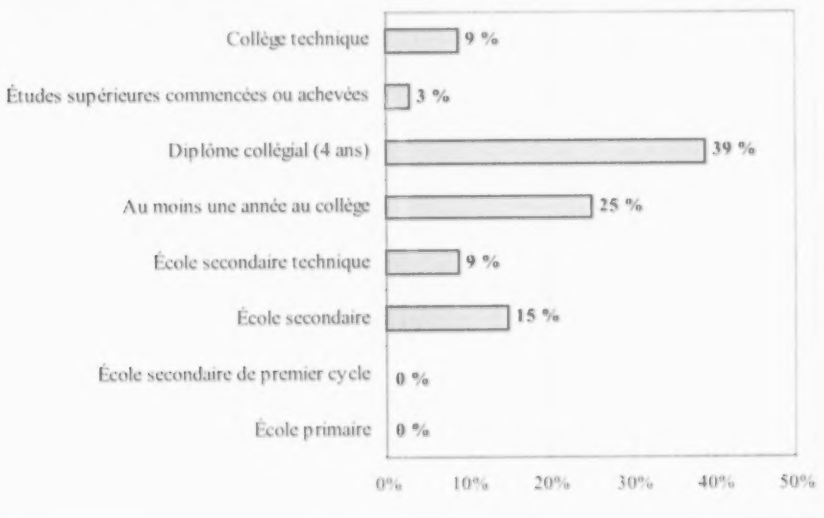


Figure 25 : Scolarité des répondants

Tableau 24 : Scolarité des répondants – par région

	HOKKAIDO n = 29	*KANTO* n = 182	*KANSAI* n = 89	*KYUSHU* n = 69
École primaire	0 %	0 %	0 %	0 %
École secondaire de premier cycle	0 %	0 %	0 %	0 %
École secondaire	41 %	14 %	12 %	8 %
École secondaire technique	34 %	4 %	6 %	15 %
Au moins une année au collège	3 %	26 %	28 %	29 %
Diplôme collégial (4 ans)	10 %	41 %	47 %	36 %
Études supérieures commencées ou achevées	0 %	3 %	2 %	3 %
Collège technique	10 %	11 %	4 %	8 %

Trente-deux pour cent des répondants ont déclaré que le soutien économique principal du ménage était un professionnel ou un technicien (p. ex., comptable, informaticien, dentiste, ingénieur, avocat, enseignant, technicien, rédacteur, etc.) (figure 26). Au deuxième rang venait le travail de gestionnaire ou d'administrateur (20 %). À Hokkaido, 23 % des répondants ont indiqué que le soutien économique principal du ménage était une personne de métier (p. ex., boulanger, menuisier, électricien, contremaître, bijoutier, mécanicien, peintre, etc.). Les autres régions avaient un schéma de réponse semblable à celui de l'ensemble (tableau 25).

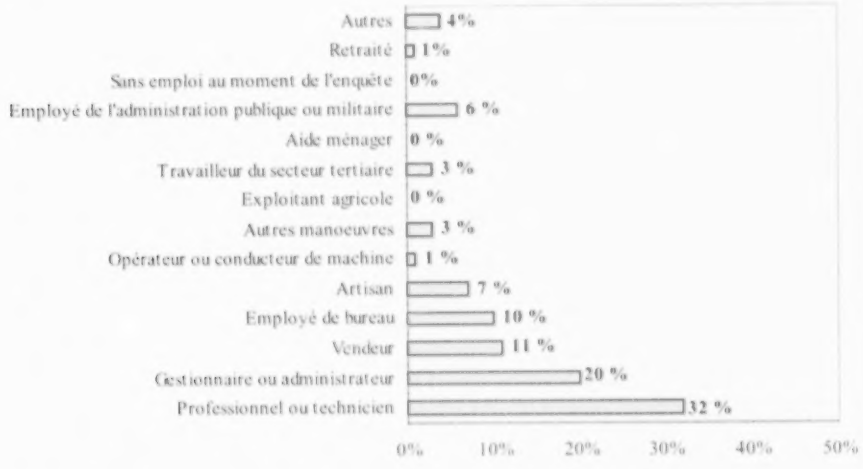


Figure 26 : Scolarité du soutien économique principal du ménage (n=361)

Tableau 25 : Emploi du soutien économique principal du ménage – par région

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 182	*KANSAI* n = 89	*KYUSHU* n = 60
Professionnel ou technique	13 %	36 %	31 %	32 %
Gestion ou administration	7 %	23 %	18 %	22 %
Vente	7 %	12 %	11 %	13 %
Travail de bureau	7 %	9 %	10 %	17 %
Métier [1]	23 %	4 %	11 %	3 %
Opérateur ou conducteur de machine	10 %	1 %	0 %	2 %
Autre travail de manœuvre	10 %	2 %	2 %	2 %
Agriculture	0 %	0 %	0 %	0 %
Services	7 %	1 %	4 %	5 %
Personne au foyer	0 %	0 %	0 %	0 %
Gouvernement ou militaire	7 %	6 %	4 %	5 %
Actuellement en chômage	0 %	0 %	1 %	0 %
Retraité	0 %	2 %	2 %	0 %
Autre [2]	10 %	5 %	3 %	0 %

Vingt-huit pour cent des répondants ont indiqué que leur revenu familial total en 2001 se situait entre 8 millions et 10 millions de yens (entre 107 000 $ et 133 000 $ CAN). Vingt-cinq pour cent ont déclaré que le revenu familial total était de moins de 6 millions de yens (80 000 $ CAN), et 23 % ont indiqué qu'il se situait entre 6 millions et 8 millions de yens (figure 27). Les résidents de Hokkaido avaient généralement des revenus inférieurs à ceux des autres régions (tableau 26). Cependant, le coût de la vie est également inférieur à Hokkaido.

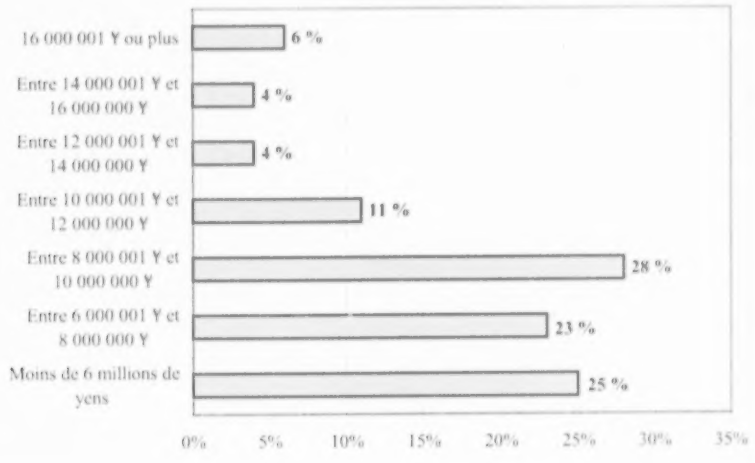


Figure 27 : Revenu familial total de toutes sources, avant impôt, en 2001 (n=361)

Tableau 26 : Revenu familial total de toutes sources, avant impôt, en 2001 – par région

	HOKKAIDO n = 30	*KANTO* n = 181	*KANSAI* n = 90	*KYUSHU* n = 59
Moins de 6 millions de yens	70 %	17 %	32 %	19 %
Entre 6 000 001 ¥ et 8 000 000 ¥	20 %	23 %	20 %	27 %
Entre 8 000 001 ¥ et 10 000 000 ¥	7 %	33 %	22 %	32 %
Entre 10 000 001 ¥ et 12 000 000 ¥	0 %	13 %	8 %	14 %
Entre 12 000 001 ¥ et 14 000 000 ¥	0 %	6 %	1 %	5 %
Entre 14 000 001 ¥ et 16 000 000 ¥	3 %	4 %	3 %	3 %
16 000 001 ¥ ou plus	0 %	5 %	13 %	0 %

La majorité des répondants de Hokkaido (70 %) et de Kansai (32 %) ont indiqué que leur revenu familial total en 2001 était de moins de 6 millions de yens (tableau 26).

10 RÉSUMÉ

On a recueilli une quantité formidable d'information pour permettre une segmentation du marché des acheteurs japonais de maison en fonction des caractéristiques de rendement de la maison. En guise de première étape, le présent rapport résume cette information. Les résultats indiquent clairement qu'il existe des groupes très différents de consommateurs prêts à acheter une maison au Japon. Par exemple, un groupe passera à une maison plus grande alors qu'un autre optera pour une maison plus petite. La prochaine étape du présent projet est de préciser ces segments en vue de l'élaboration de stratégies de promotion ciblées pour le marché japonais de l'habitation.

11 BIBLIOGRAPHIE

LE CENTRE DU BÂTIMENT DU JAPON. *A quick look at housing in Japan*, 4e édition, Le Centre du bâtiment du Japon, Tokyo, 1998a, 50 pages.

COHEN, David H., Iain MacDonald et Robert A. Kozak. *The Japanese Distribution System for Finished Building Products: In Transition*, préparé pour Forest Renewal BC, 2001, 91 pages.

COHEN, David H. et Chris Gaston, *Tendances et changements au niveau des règlements de construction japonais*, 2001, publié par la SCHL. Document de 35 pages pouvant être téléchargé du site Web http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/malopaet/exprsaca/etmapu/etmapu_010.cfm. Cliquer sur Tendances et changements au niveau des règlements de construction japonais.

DICKSON, P. et J. Ginter. « Market segmentation, product differentiation and marketing strategy », *Journal of Marketing*, 1987, 51: 1-10.

FUJI RESEARCH INSTITUTE. *Housing starts from a mid to long-term perspective*, Tokyo, Japon, [en japonais, avec version anglaise], 1997, 52 pages.

JAPAN LUMBER JOURNAL. « *"Housing Big Bang" What and How Will Change?* » (2) Loi sur l'assurance de la qualité du logement -1-. 40(24): 11.

LAMPERT, G. et S. Ikehata. *Tendances du marché de l'habitation japonais*, Société canadienne d'hypothèques et de logement, publication LNH 2514, Ottawa, Canada. 2000, 45 pages.

MALHOTRA, N. *Marketing research: an applied orientation*. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey. 763 p.